



Il Cairo 19-21 ottobre: per la prima volta il Congresso annuale Ufi ospitato in Medio Oriente

Una nuova identità per Ufi



Un momento dei lavori durante il Congresso Ufi

Cambiano le strategie, il logo e il nome per la più vasta associazione mondiale del settore fieristico. Ruud van Ingen eletto all'unanimità Presidente

Dal 19 al 21 ottobre scorso si è tenuto al Cairo il 70° Congresso annuale Ufi. All'evento, ospitato dalla sezione africana dell'Ufi, ha partecipato, in rappresentanza di Aefi, il vicepresidente Lorenzo Cagnoni. Per l'occasione sono arrivati in Egitto oltre 250 membri Ufi provenienti da 74 Paesi. Particolarmente numerose le rappresentanze russa e cinese con rispettivamente 22 e 18 membri presenti.

Il Congresso ha segnato un passaggio importante nella storia dell'Ufi: in seguito alla perdita di rappresentatività e alla contestuale nascita di diverse associazioni nazionali si è determinata la necessità di un cambiamento che è sfociata nella approvazione di nuove linee guida. Sono stati ammessi 24 nuovi membri dando così il via a una strategia di allargamento che vuole evidenziare il ruolo dell'associazione non solo come rappresentanza, ma come guida per l'intero settore fieristico. Tale allargamento verrà gestito con un diverso sistema di certificazione, che terrà conto dei diversi requisiti dei nuovi associati: a tal fine uno dei primari obiettivi di Ufi consiste nel far diventare il proprio standard di qualità per

di Corrado Peraboni*

l'attività fieristica una certificazione riconosciuta a livello internazionale.

Con l'occasione è stato presentato il nuovo logo e il nome ufficiale trasformato in: Ufi - The International Association of the Exhibition Industry.

Ruud van Ingen è stato eletto all'unanimità nuovo presidente dell'Ufi. Van Ingen presiede attualmente la Foundation Royal Duch Jaarbeurs che è tra i soci fondatori dell'Ufi insieme a Fiera Milano. Il Congresso è stato occasione di animati dibattiti. Sono stati posti a confronto i modelli di privatizzazione italiani e tedeschi ed è emersa la predominanza del ruolo pubblico in Germania e la maggior apertura da parte degli italiani al mercato dei capitali privati. Si è inoltre discusso sui cambiamenti che il settore fieristico dovrà affrontare nei prossimi anni, con una particolare attenzione agli aspetti legati allo sviluppo dell'ict e ai sistemi di data mining che si stanno diffondendo nel settore.

Durante i lavori sono state presentate le prime stime dell'industria fieristica mondia-

le. Si tratta di una tappa importante del processo avviato a Villa Erba la scorsa primavera e a cui contribuisce la professoressa Francesca Golfetto dell'Istituto Cermes dell'Università Bocconi. Secondo tali stime nel mondo ci sarebbero 30.000 fiere per un totale di 3 milioni di espositori e 300 milioni di visitatori. La presenza italiana nell'ambito dell'Associazione è cresciuta con l'ingresso di Villa Erba - il centro espositivo e congressuale di Cernobbio - che, con le sue manifestazioni tessili, rappresenta un importante punto di riferimento per il settore a livello internazionale. La creatività italiana è stata invece premiata con una menzione d'onore per la campagna pubblicitaria realizzata per la promozione della quotazione in Borsa di Fiera Milano Spa. Fondazione Fiera Milano, con Fiera Milano Spa e Sviluppo Sistema Fiere hanno presentato il Polo esterno di Fiera Milano, il grande intervento che entro il 2006 doterà Milano e la Lombardia di uno dei più vasti sistemi espositivi del mondo. Al termine del congresso è stato deciso che l'Italia ospiterà il prossimo tavolo europeo di Ufi nel mese di marzo 2004.

* Vice Presidente Capitolo europeo di Ufi

I giornali parlano di noi

Cresce la visibilità di Aefi. E con essa cresce l'attenzione per il sistema fieristico italiano e per le sue problematiche da parte della stampa. Il Sole 24 Ore, ad esempio, ha parlato dell'attività e delle battaglie sostenute dall'Associazione fieristica nazionale in tredici articoli nel biennio 2002-2003, attraverso interviste o dichiarazioni del presidente di Aefi, Piergiacomo Ferrari, a sostegno del settore. Nonostante Il Sole 24 Ore sia, in termini di target e di argomenti trattati, il mezzo ideale per dar voce alle istanze delle fiere italiane, ciò non toglie che di Aefi abbiano scritto anche La Stampa, Il Giornale, Avenire, Milano Finanza, Italia Oggi oltre che il settimanale Panorama.

Interviste al presidente sono state inoltre pubblicate sul mensile L'Imprenditore, inviato alle Pmi aderenti a Confindustria, e sul Corriere delle Opere, l'house organ della Compagnia delle Opere.

Non va infine sottovalutata l'importanza della stampa di settore come Trade fair, rivista specializzata in fiere e congressi, o il settimanale Pubblico today, specializzato nel settore pubblicitario. Nei suoi interventi il presidente Ferrari ha spesso sottolineato l'importanza economica del sistema fieristico, chiedendo al Governo interventi sul fronte delle infrastrutture e una maggiore attenzione nella definizione di politiche a sostegno dei nuovi investimenti, ad esempio attraverso formule di defiscalizzazione degli utili reinvestiti. Tra i molti temi affrontati, ha sottolineato più volte la necessità di creare un meccanismo di certificazione dei dati delle fiere e di risolvere la questione del controllo della Siae sugli accessi alle manifestazioni.

E' Michele Perini il nuovo presidente di Fiera Milano Spa, che subentra a Flavio Cattaneo. Amministratore delegato è stato invece confermato il presidente di Aefi e vicepresidente di Emeca Piergiacomo Ferrari che dall'aprile 2003 ricopriva la carica di capozzienda di Fiera Milano, accanto a quella di vicepresidente vicario. Sono questi i nomi emersi dall'Assemblea dei soci della Spa milanese, riunitasi il 27 ottobre per rinnovare i vertici sociali. Perini, già consigliere di amministrazione di Fiera Milano Spa, è presidente di SAGSA Spa, impresa che opera nel settore arredamenti per ufficio, nonché presidente di Assolombarda, associazione imprenditoriale in cui è stato dal 1997 al 2001 presidente della Piccola Industria e negli anni '80 per due volte vicepresidente del Gruppo Giovani e membro di Giunta. Tra gli altri incarichi ricoperti da Perini figurano quelli di vicepresidente del milanese Museo della Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci, e di consigliere

Fiera Milano Spa: Perini presidente

Piergiacomo Ferrari confermato amministratore delegato



re di amministrazione di Finlombarda, Il Sole24Ore e Università Bocconi.

Impegnato anche sul fronte sociale, Perini fa parte del direttivo di Telefono Azzurro. L'Assemblea dei soci di Fiera Milano Spa ha inoltre approvato il Bilancio per l'esercizio 2002-2003 (chiuso il 30 giugno scorso), che registra per il Gruppo Fiera Milano risultati nettamente superiori alle attese: ricavi consolidati per 219 milioni di euro (+55 per cento anno su anno), margine operativo lordo di 35,8 milioni di euro (+84 per cento) e risultato al netto delle imposte di 9,1 milioni di euro (+9 per cento). Deliberato anche un dividendo di 0,285 euro per ciascuna delle 33.000.000 di azioni ordinarie in circolazione, che equivale complessivamente all'assegnazione 9,4 milioni di euro.

I quotidiani di mostra tendono a diventare veri e propri giornali con notizie e servizi

Come cambiano i "free press" nella comunicazione fieristica

La fiera attraverso la sua attività promozionale conduce i visitatori ai cancelli mentre all'espositore spetta il compito di indirizzare l'operatore dalla reception al proprio padiglione. Questo recita un concetto di marketing che gli attori del mondo fieristico conoscono benissimo.

Ebbene, i "free press" - veri e propri giornali realizzati da una redazione professionale giorno per giorno e stampati di notte, generalmente in rotativa - svolgono assai bene questo compito. Quanti sono questi giornali? Come sono fatti? A quale "concept" rispondono?

Ne parliamo con Enrico Sbandi, giornalista professionista, che nel 1994 ha fondato E.Press srl, iniziativa che si è via via consolidata fino a dar vita a una società - Exhibition Press srl - specializzata nella realizzazione di quotidiani ufficiali di manifestazioni fieristiche.

Dal primo impegno al Mifur 1996, in Fiera di Milano, oggi E. Press conta al suo attivo oltre 300 giornali quotidiani o in tempo reale realizzati per manifestazioni fieristiche nei quartieri di Milano, Bologna, Verona, Torino, Firenze, Napoli, Bari.

I proventi dei quotidiani ufficiali "free press" per mostre sono costituiti dalle inserzioni pubblicitarie. Che cosa sta accadendo? Che alcuni soggetti istituzionali (banche, società di assicurazione, case automobilistiche, ma anche grandi marchi produttori di beni di lusso) hanno identificato nel pubblico fieristico un soggetto omogeneo dal punto di vista pubblicitario, indipendentemente dal settore di appartenenza.

Si tratta infatti di dirigenti, tecnici, opinion leader, persone con buona cultura ed elevato potere d'acquisto, propensi ai viaggi e alla comunicazione, ricerca-



Le copertine di alcuni giornali di mostra

I giornali delle fiere guidano i visitatori tra le novità e gli eventi delle singole manifestazioni. L'omogeneità dei target ai quali si rivolgono ne fa degli ottimi strumenti per la comunicazione pubblicitaria

tori del nuovo per mestiere e per scelta di vita. Queste persone sono particolarmente ricercate dagli inserzionisti e arricchiscono i "free press newspa-

per" delle fiere di inserzioni pubblicitarie extrasettore.

La gamma di questi strumenti è piuttosto variegata. Spazia dal "finto quotidiano" (un giornale distribuito ogni giorno in edizione differente, ma preconfezionato), alla soluzione intermedia (un giornale largamente preconfezionato che viene aggiornato il giorno prima con un paio di articoli di attualità e stampato di notte per essere distribuito l'indomani), per finire al vero giornale confezionato in tempo reale da professionisti della comunicazione. "Questi giornali sono spesso credibili - dice Sbandi - perché è evidente la buona fattura ed è evidente la freschezza cronachistica. Il lettore vi si affida e usa in concreto le informazioni in esso contenute per migliorare la sua visita in fiera".

L'aspetto informativo è importante. Infatti la "lettura" di un evento fieristico, soprattutto di grande dimensione, non è facile.

Il fatto è che il visitatore di una fiera (che non è una strada commerciale urbana, con i negozi bene in evidenza) non sa che cosa aspettarsi e spesso l'unico strumento a sua disposizione è il catalogo degli espositori.

D'altro canto gli organizzatori hanno imparato, spesso a proprie spese, che realizzare un evento bello e attrattivo non è sufficiente se l'evento non è supportato da una forte campagna informativa.

L'espositore, dal canto suo, affidando al quotidiano di manifestazione il messaggio della propria novità, sa di parlare a migliaia (a volte decine di migliaia) di operatori, molti di più di quelli che spontaneamente sarebbero transitati per lo stand.

Il futuro dei "free press" in fiera è dunque garantito.

Ecotecnologie: Padova guarda all'Est Europa

Dal 1 al 4 ottobre si è svolta a Zagabria la prima edizione di SEP/EMAT, il Salone internazionale delle ecotecnologie organizzato da PadovaFiere Spa e Fiera Zagabria in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente e FederAmbiente. 315 espositori hanno presentato nuove tecnologie e attrezzature per la protezione e il controllo di aria, acqua, suolo: sistemi per il monitoraggio di ecosistemi marini; servizi per la sicurezza dei centri urbani. La joint-venture fra le due fiere organizzatrici, ha visto la messa a punto di una serie integrata di servizi di supporto per l'attività delle imprese italiane: dall'assistenza logistica, alla consulenza, alla copertura promozionale.

Nel corso della manifestazione si sono svolti convegni, incontri fra realtà aziendali e mondo istituzionale e un summit tra le massime autorità ambientali dell'Area Balcanica. Per il direttore di PadovaFiere, Andrea Olivi "il grande business tecnologico dei mercati dell'Est richiede una presenza permanente dell'Europa occidentale. Per questo motivo Zagabria è solo la prima tappa." E in effetti la strategia di penetrazione a est di PadovaFiere continua: il presidente Macola conferma che sono in dirittura d'arrivo le trattative con Bucarest per una manifestazione analoga a SEP/EMAT nel 2004. Secondo il ministro dell'Ambiente, Altero Matteoli, SEP/EMAT è "una grande opportunità economica e ambientale, anche perché rappresenta l'occasione, attraverso nuove installazioni nei Paesi dell'Est, di vederci riconosciuto un credito sulla quota obbligatoria di riduzioni delle emissioni di gas serra, secondo i parametri stabiliti dal protocollo di Kyoto." E' l'iniziativa giusta - osserva il vicepresidente di Confindustria Nicola Tognana - per un settore, quello delle ecotecnologie e dei servizi collegati, che ha assoluta necessità di espandersi su altri mercati e dove l'Italia può spendere un'esperienza insostituibile nella gestione dei problemi ambientali specifici per determinate tipologie produttive o aree territoriali".

Internet senza fili a ModenaFiere

Poche antenne e lo spazio di uno dei più centrali impianti fieristici nazionali si fa porta di accesso non solo per il mondo degli affari, ma anche per l'intera rete Internet.

Stiamo parlando di ModenaFiere, il quartiere fieristico che si è dotato in modo innovativo di un indispensabile servizio, grazie alla collaborazione fra Modena Esposizioni S.r.l. e Litoweb e alle nuove tecnologie Wi-Fi o Wireless, che permettono di trasmettere i dati via etere a qualsiasi dispositivo elettronico, computer o palmare, senza l'aiuto di cavi.

Gli espositori e i visitatori delle manifestazioni che si svolgeranno a ModenaFiere potranno richiedere all'ingresso l'antenna per connettere il proprio computer a Internet e utilizzare la rete come in ufficio.

Litoweb, gestore di questa sorta di cablaggio virtuale, assicurerà i servizi di connettività e fornirà tutto il supporto tecnico necessario.

Tutte le più grandi compagnie di telecomunicazioni stanno investendo ingenti somme nella ricerca delle possibili applicazioni del Wi-fi. E' stato stimato che attualmente le antenne siano nel mondo poco più di 20 milioni, ma se ne prevedono 64 milioni nel 2008. Già oggi nei principali aeroporti si può controllare la propria posta elettronica accendendo semplicemente il proprio portatile. In Corea del Sud, una delle nazioni più avanzate nell'utilizzo del Wi-Fi, i giovani si connettono, comunicano e soprattutto videogiocono grazie agli accessi in ristoranti,

La tecnologia wireless è in continua evoluzione e nuovi perfezionamenti giungeranno presto sul mercato con l'introduzione di standard più veloci e sicuri



bar e luoghi di ritrovo. A New York saranno le vecchie cabine telefoniche ad essere trasformate in punti di accesso per i nomadi della rete. Alla Berlin Messe come a ModenaFiere i visitatori dei diversi eventi sono informati all'entrata delle opportunità offerte dalla rete di antenne che, discrete e a bassissimo impatto, consentono di cercare informazioni, richiamare documenti, aggiornare la rubrica e l'agenda di lavoro. La rivoluzione è solo all'inizio. Oltre al necessario perfezionamento tecnologico - che arriverà presto sul mer-

cato, con l'introduzione di nuovi standard sempre più veloci e sicuri - la vera scommessa si gioca sulla previsione degli usi e delle applicazioni che potranno essere sviluppate nei prossimi anni. Questa è anche la scommessa di Modena Esposizioni e di Litoweb, che decidendo di investire in un servizio ad altissimo valore tecnologico come il Wi-Fi, hanno posto le basi per la trasformazione dei padiglioni di ModenaFiere in aree ad alta densità di informazione, dove poter assistere alla realizzazione di eventi sia reali che virtuali.

In Germania FKM certifica oltre 450 fiere con l'obiettivo di garantire la massima trasparenza del comparto

Certificazione alla tedesca per Veronafi

FKM (Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe und Ausstellungen) è la società per il controllo volontario delle statistiche fieristiche operante dal 1965 in Germania e alla quale attualmente aderiscono 75 organizzazioni di tale nazione.

Scopo statutario di FKM, struttura collegata ad Auma (l'associazione industriale settoriale), è quello di incoraggiare la massima trasparenza nel comparto, con particolare riferimento alla veridicità e chiarezza dei dati delle singole manifestazioni, che gli organizzatori associati devono comunicare e rendere pubblici sulla base di rigidi criteri standard solo dopo l'avvenuta certificazione degli stessi da parte di società di auditing indipendenti.

Il "sistema certificativo FKM" prevede, fra l'altro, una capillare e ripetuta procedura di visite ispettive alle rassegne, la predisposizione su supporti informatici di un'analitica modulare riassuntiva relativa ai visitatori, alle aree espositive occupate dai singoli partecipanti e alle varie loro tipologie. L'effettuazione di verifiche in loco nonché una serie di successive analisi di conformità a quanto previsto dallo statuto.

Il "sistema certificativo FKM" definisce analiticamente due macro tipologie di dati per manifestazione:

a) dati quantitativi: numero di espositori, numero di visitatori, entità della superficie espositiva (mq. netti), ripartizione dei precedenti dati tra nazionali ed esteri, superficie complessiva lorda.

b) dati qualitativi ricavati da questionari sui visitatori.

Si tratta quindi di un rilevamento sistematico, generatore di riscontri di particolare affidabilità e interesse. I dati qualitativi ricavati forniscono, infatti, elementi di grande valenza relativi, fra l'altro, al target, alla provenienza, al settore economico, alla posizione all'interno dell'azienda, al livello di coinvolgimento nelle decisioni, all'area di responsabilità dei singoli visitatori.

Le modalità di rilevazione dei dati, particolarmente rigorose, permettono all'associato, una volta superati positivamente i vari tipi di controllo, di fregiarsi di uno specifico marchio.

Con cadenza annuale FKM stampa inoltre una pubblicazione riassuntiva (in lingua tedesca ed inglese) di tutte le manifestazioni sottoposte a verifica con esito positivo. Tutti i dati certificati sono inoltre riportati sul sito www.fkm.de e inseriti nella banca dati di Auma.

L'ultima edizione pubblicata del rapporto annuale FKM, relativa al 2002, contiene elementi statistici ed informativi relativi a 302 diverse manifestazioni. Complessivamente però oltre 450 fiere, con diverse cadenze temporali (annuali, biennali, pluriennali, ecc.), hanno già ottenuto in Germania tale certificazione.

Questo sistema viene applicato da tempo anche in Austria, Svizzera, Slovenia e Croazia, nonché a numerose manifestazioni fieristiche organizzate da strutture tedesche all'estero. Inoltre gli enti fieristici di Bratislava, Brno, Budapest e Poznam hanno fondato una società di controllo comune, incentrata su questa metodica. Infine da molti anni FKM realizza la pubblicazione annuale "European Trade Fair and Exhibition Statistics", la cui edizione 2001 (con dati di 1060 eventi espositivi) riporta dati delle manifestazioni di ben 20 nazioni fra cui l'Italia.



Veduta aerea di Verona Fiere

Veronafi ha deciso fin dal 1996 - primo ente fieristico non tedesco - di sottoporre l'analisi dei propri risultati alla certificazione FKM. Attraverso visite ispettive e analisi di conformità viene garantita la veridicità dei dati quantitativi e qualitativi delle singole manifestazioni

Veronafi, condividendo gli scopi e le modalità di certificazione di FKM, in un'ottica di ricerca di servizi sempre più innovativi nei confronti della propria utenza, ha presentato già nel 1996, primo ente fieristico in un Paese non a lingua tedesca, la richiesta di sottoporsi a tale procedura. Le attività di certificazione sono state quindi avviate dal 1997, in fasi successive ed in via continuativa, per 11 diverse manifestazioni: Vinitaly/Sol/Eno-litech, Eurocarne/Inter-shop/Criotech,

Abitare il Tempo, Marmomacc, Fieragricola, Acquacoltura International e Samoter. Per tutti questi eventi sono stati ottenuti gli attestati certificativi da parte della società auditor Ernst & Young, Allgemeine Deutsche Treuhand A.G. all'uopo individuata da Auma.

Si tratta di un intervento particolarmente innovativo nei confronti della problematica della verifica dei dati fieristici, oggi sempre più dibattuta in ambito settoriale e presso l'Unione europea, nonché di un elemento di

particolare trasparenza che contribuisce notevolmente allo sviluppo di un efficace sistema di "workable competition".

Tale procedura, fatta propria ultimamente anche per le rassegne organizzate da Hong Kong Trade Development Council, ha, infatti, riscosso lusinghieri apprezzamenti in ambito settoriale ed è stata positivamente valutata anche nell'incontro associativo fieristico italo-tedesco di Berlino del primo semestre di quest'anno.



Il logo dell'Office de Justification des Statistiques

L'Ojs ha certificato nel 2002 in Francia 277 fiere

Dati statistici doc per le fiere francesi

Circa l'80% dell'attività del settore è monitorata dall'Ojs con l'obiettivo di diffondere un'informazione omogenea e certificata sul settore fieristico

La crescente importanza economica assunta dalle fiere e la competitività del mercato in cui operano indusse, fin dagli anni Sessanta, gli organizzatori di manifestazioni in Francia a riflettere sulla creazione di un organismo di controllo per la raccolta e l'elaborazione di dati relativi alle singole fiere.

Fu così che nel 1967 fu fondato l'Ojs - Office de Justification des Statistiques - che inizialmente monitorava l'attività di 16 saloni specializzati e 23 fiere e oggi certifica i risultati di oltre 270 manifestazioni fieristiche. L'ente, approvato dal ministero dell'Economia e membro associato dell'Ufi, è la fonte dei dati sulle manifestazioni francesi utilizzata dall'Unione europea quando vengono elaborate statistiche a livello comunitario. La missione dell'Ojs consiste nell'assicurare l'esattezza dei dati pubblicati sulla superficie espositiva, il numero dei visitatori e il numero delle società partecipanti alle singole fiere.

La certificazione da parte di organismi indipendenti di auditing consente, grazie a modelli basati su trasparenza, precisione e chiarezza dei dati, di disporre di elementi oggettivi di valutazione delle rassegne e di sostenere efficacemente il processo d'internazionalizzazione, grazie a una comunicazione credibile anche per chi non opera principalmente sui mercati europei.

Ma se i dati contenuti nei report sono per gli organizzatori uno strumento di supporto per pianificare le strategie di commercializzazione degli eventi, anche per gli espositori si tratta di informazioni di fondamentale importanza in quanto permettono loro di stabilire a quali

manifestazioni partecipare in base alle caratteristiche del target che vogliono raggiungere.

Infine i visitatori: grazie ai dati statistici possono misurare l'importanza dell'offerta e la risposta del pubblico a una specifica fiera.

Ogni anno l'Ojs pubblica una sintesi dei principali dati delle manifestazioni aderenti, certificati da revisori indipendenti: numero di espositori diretti e indiretti, aree espositive coperte e scoperte, numero dei visitatori con dettagli specifici sul numero di visitatori stranieri e sul numero di coloro che dopo aver visitato la fiera l'anno precedente vi sono tornati.

Anche quest'anno sono stati raccolti i dati relativi a 70 fiere generaliste e 207 specializzate svoltesi in Francia nel corso del 2002.

Sebbene il numero degli eventi organizzati in Francia sia certamente molto più elevato, si stima che il numero di manifestazioni che hanno deciso di fare certificare i propri risultati rappresentino approssimativamente l'80% dell'attività del settore.

Nell'edizione del 2002 dell'Annual Report, oltre ai dati per manifestazione, sono pubblicate nuove tabelle statistiche aggregate per tipo di manifestazione, analisi comparative tra i risultati dell'anno e quelli delle edizioni precedenti oltre ai nomi delle società organizzatrici.

Il principale obiettivo è far crescere l'informazione per i clienti delle manifestazioni fieristiche, ma anche di dimostrare a coloro che non vi hanno ancora partecipato che si tratta di strumenti privilegiati di comunicazione, promozione e vendite.

Intervista a Luigi Roth, presidente di Fondazione Fiera Milano

Nuovo Polo Fiera Milano: una scommessa vincente

Una grande opera realizzata dal privato a beneficio del pubblico. Determinante la capacità di fare sistema di tutti i soggetti coinvolti. E' stata applicata la politica del consenso e della condivisione

Il 6 ottobre 2002 veniva posata la prima pietra del Nuovo Polo di Fiera Milano, a Rho-Però. A poco più di un anno di distanza, nel cantiere i lavori procedono secondo i tempi stabiliti e su un'area che per molti anni è stata simbolo di abbandono e inquinamento si stagliano oggi le imponenti sagome degli otto padiglioni disegnati da Massimiliano Fuksas.

Nel frattempo sono in fase avanzata di progettazione - e in alcuni casi sono già iniziati - i lavori per il potenziamento e la realizzazione di alcune importanti infrastrutture di collegamento fra la città e il nuovo quartiere espositivo.

A diciassette mesi dal 6 aprile 2005, data prevista per l'inaugurazione del Nuovo Polo e a poco meno di un anno dal 31 luglio 2004, quando verrà ufficializzato il progetto vincitore della gara di riqualificazione di parte dell'attuale quartiere espositivo, tracciamo un bilancio di questi grandi cambiamenti con il presidente di Fondazione Fiera Milano, Luigi Roth

Presidente Roth, la vostra è una bella scommessa

Sicuramente. All'inizio poteva sembrare anche un azzardo. Ma oggi siamo più che soddisfatti di aver affrontato un cambiamento così radicale. Dopo ottan-

t'anni di gloriosa esistenza, attraverso tutti i cambiamenti economici, sociali e di costume che hanno toccato il nostro Paese, Fiera Milano è giunta ad una svolta epocale con la realizzazione di uno dei più vasti sistemi espositivi al mondo. Un'operazione che stiamo portando avanti grazie anche a una metodologia nuova e - per ora - unica nel suo genere.

A che cosa si riferisce, precisamente?

Mi riferisco alla metodologia che abbiamo scelto per la realizzazione del Nuovo Polo, ricorrendo, per primi a livello nazionale, alla figura del general contractor, un unico soggetto di riferimento cui è affidata la progettazione, la realizzazione e la manutenzione dell'opera. E poi alla tempistica: abbiamo siglato il compromesso di acquisto del terreno con AGIP il 15 ottobre 2001; l'area - circa 1.500.000 metri quadrati - è stata sottoposta a profonda e accurata bonifica, e in tredici mesi siamo passati dalla prima pietra al primo padiglione, che contiamo di completare entro la fine dell'anno.

Quanto ha inciso l'apporto delle istituzioni?

E' stato, e lo è tuttora, determinante la

capacità "di fare sistema" che tutti i soggetti coinvolti in questa operazione hanno saputo mettere in campo. Regione Lombardia, Provincia di Milano, Comuni di Milano, Rho e Però, Metropolitana Milanese, Anas, Ministero delle Infrastrutture e, ovviamente, Fondazione Fiera Milano. Tutti si sono sentiti punti nodali di una grande rete. Se uno rallenta o si blocca ne risente l'intero processo.

Infine vorrei anche ricordare quella "politica del consenso e della condivisione" che abbiamo applicato e stiamo applicando in ogni nostro progetto. Fondazione, sempre di comune accordo con i soggetti interessati, ha voluto "ascoltare" il territorio, tenendo conto delle istanze della comunità di riferimento. Questo sia nel caso del Nuovo Polo a Rho-Però, sia in quello della riqualificazione del quartiere fieristico cittadino. Le nostre scelte non sono mai state imposte, ma sempre condivise.

Il Nuovo Polo di Fiera Milano è senza dubbio una "grande opera". E non solo per le sue impressionanti dimensioni.

Una grande opera realizzata da un privato ma a beneficio del pubblico. Si tratta di un'opera completamente autofinanziata. Il contratto di finanziamento e

le linee di credito relative, che ammontano a 926 milioni di euro, sono state concesse da un pool di istituti, con capofila Banca Intesa. Le fonti di rimborso sono collegate, oltre che alla capacità di autofinanziamento derivante dalla gestione e dal nuovo assetto del Gruppo, a operazioni straordinarie quali gli introiti ottenuti dalla quota OPV della quotazione in Borsa di Fiera Milano SpA e quelli che deriveranno dalla riqualificazione del Polo Urbano. Non abbiamo dunque usufruito di alcun tipo di finanziamento pubblico.

Il 2005 è dietro l'angolo. Qualche timore per i tempi di realizzazione delle infrastrutture che dovranno servire il Nuovo Polo?

Se non avessi alcun timore, non sarei realista. I risultati raggiunti fino a oggi mi incoraggiano a pensare che la nostra squadra ce la farà a rispettare la tempistica e ad arrivare al 6 aprile 2005 mettendo tutti i tasselli del quadro al loro posto. Lo abbiamo promesso al presidente del Consiglio Silvio Berlusconi, alla posa della prima pietra, e al presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi quando, lo scorso 6 maggio, ci ha fatto l'onore di visitare la sede di Fondazione Fiera Milano.

Al via l'ampliamento del Centro Affari e Convegni di Arezzo

Cogliendo l'opportunità offerta dalla Regione Toscana, che ha deciso di investire risorse sui poli fieristici del territorio (Firenze, Arezzo e Massa Carrara), le componenti pubbliche e private socie del Centro Affari e Convegni di Arezzo hanno varato un piano di interventi che si concluderà in tre anni.

Il piano prevede l'ampliamento degli attuali padiglioni di via Spallanzani, portando la superficie espositiva coperta a circa 20.000 mq. e la realizzazione di un funzionale centro congressuale e di servizio che potrà consentire di cogliere, in un mercato in costante evoluzione, nuove opportunità.

L'investimento complessivo previsto è di circa 20 milioni di euro e comprende, oltre gli interventi sopra citati, la acquisizione di aree esterne di proprietà pubblica per circa 20.000mq., la ristrutturazione del sistema viario della zona, la realizzazione di nuovi parcheggi e di uffici per le due fondamentali funzioni, la fieristica e la congressuale.

La superficie del quartiere diventerà pertanto di circa 90.000 mq., con una capacità di parcheggio per circa 2.000 posti

Un elemento fondamentale del programma approvato è rappresentato dal piano di sviluppo che sarà varato nelle prossime settimane e che riguarda attività ed eventi da organizzare o ospitare nella nuova realtà.

I soci principali del Centro aretino sono la Camera di Commercio, il Comune e la Provincia di Arezzo, la Regione Toscana, Istituti di credito, Associazioni di categoria dei settori produttivi e del commercio e numerose imprese private.

Il polo aretino, promosso su iniziativa della locale Camera di Commercio e inaugurato nel 1980, ha visto crescere negli anni la compagine societaria e le dimensioni delle strutture, divenendo sempre più punto di riferimento per lo sviluppo dell'economia del territorio.

Il principale settore interessato dalle attività della Società è quello orafa: nel marzo 2004 si terrà la venticinquesima edizione di Oroarezzo, una mostra internazionale notevolmente cresciuta negli ultimi anni, tanto che l'edizione del 2002 è stata visitata da oltre 6.000 visitatori provenienti dall'Italia e da oltre 70 Paesi esteri. Ma non mancano altre iniziative dirette, come Museum Image, dedicata ai prodotti e servizi per i musei ed Agrietour, primo salone specializzato per l'agriturismo.

Il Centro ha poi sviluppato il settore dei servizi, in particolare quelli promozionali, in favore delle imprese, sia in Italia che all'estero e portato avanti importanti eventi di promozione artistico/culturale, soprattutto all'estero, che con la collezione Oro D'Autore hanno visto assegnare alla società un importante riconoscimento, il premio Guggenheim "Impresa e Cultura".

Fiere di Parma esporta in Russia e in Brasile i prodotti alimentari italiani

Esportare il proprio marchio e la propria esperienza nel settore del food diventando l'ambasciatore dell'industria alimentare italiana nel mondo: questo l'obiettivo dichiarato di Fiere di Parma che per il 2004 ha messo in programma due edizioni "in trasferta" di Cibus, il Salone internazionale dell'Alimentazione.

Si comincerà nel mese luglio - e quindi a poco più di due mesi dalla chiusura della dodicesima edizione parmigiana di Cibus - con la prima di Cibus Russia, in programma dal 14 al 17 a Mosca nella suggestiva cornice espositiva dell'Atrium Gostiny Dvor a pochi passi dalla Piazza Rossa. La decisione di proporre una versione russa del Cibus è maturata in Fiere di Parma tenendo conto della crescita esponenziale dell'economia della Federazione Russa, che in questi ultimi anni ha rappresentato un mercato in espansione per i prodotti alimentari italiani, che si stanno imponendo anche come espressione di un preciso life style.

E questa scelta strategica di rivolgersi a mercati in espansione è stata anche all'origine di Cibus Brasile che dal 24 al 27 novembre 2004 vedrà la sua seconda edizione. Realizzata sempre a San Paolo, cuore economico e produttivo del Paese, avrà un nuovo e più ampio contenitore espositivo, il Transamerica, resosi necessario per far fronte alle numerose richieste di partecipazione di espositori italiani che hanno già riconfermato la loro presenza oltreoceano. La scelta del Brasile si è dimostrata strategica non solo per la presenza di un grande mercato interno, ma anche per la nuova identità che la nazione sta acquisendo all'interno del più ampio panorama sudamericano. I progetti di sviluppo interno - Piano "Fame zero" - ed esterno del Brasile profetizzati dal neopresidente Ignacio Lula da Silva lo fanno considerare la locomotiva per la ripresa di tutto il continente latinoamericano. Per l'industria alimentare italiana il Brasile, poi, ha sempre rappresentato un mercato importante, anche in ragione della massiccia presenza di immigrati di origine italiana.

"Fiere di Parma - spiega Domenico Barili, presidente della spa fieristica - si è posta come preciso obiettivo la promozione del prodotto alimentare italiano nel mondo: abbiamo iniziato da quei Paesi in cui mangiare italiano significa anche qualità della vita." "Organizzare un evento fieristico all'estero - sottolinea il direttore generale Tommaso Altieri - ha rappresentato e rappresenta una prova impegnativa per tutta la nostra struttura: ma devo dire che con l'esperienza e il know how acquisiti negli anni siamo stati in grado di far fronte anche ai problemi che un allestimento a distanza ci ha proposto".

La casa delle grandi idee



macef
Fondazione
Fiera
Milano
milano

Salone internazionale della casa: Tavola, cucina e argenteria per la casa, Complemento d'arredo e tessile, Festività e decorazioni, Regalo, cerimonia e cartoleria, Oreficeria e accessori moda. Chibi&Cart, Festivity e G! come Giocare in contemporanea con Macef.

30 gennaio / 2 febbraio 2004

Il pay-off della campagna della Campionaria 2003 - 1900 espositori, 144mila metri quadri di superficie netta e 965.000 visitatori - recita: "Dove l'Europa incontra l'Oriente". In realtà gli obiettivi e le strategie della Fiera del Levante sono ancora più ambiziosi. Consolidato il ruolo naturale di cerniera fra le economie dell'Italia del Centro Sud e l'area mediorientale e balcanica, "il quartiere fieristico di Bari punta dritto verso Est, alla vigilia dell'apertura di una grande area di libero scambio di otto Paesi e 55 milioni di consumatori dei Balcani", come precisa il Presidente Luigi Lobo.

In Italia, oggi, Fiera del Levante significa 20 fiere dirette, due fiere in partnership, 9 fiere indirette, in settori che comprendono, tra gli altri, le tecnologie per l'agricoltura, l'edilizia, il processo alimentare, le macchine utensili, l'auto e i veicoli industriali, l'oreficeria, il regalo, il tempo libero e il turismo, spaziando dall'offerta business to business a quella per il grande pubblico. Nel proprio quartiere, Fiera del Levante organizza direttamente manifestazioni con partner del calibro di UCIMU e Ipack-Ima srl e collabora alla realizzazione di mostre promosse da Senaf, Intel, Fiere di Parma, Promoplast.

In questo, come fa rilevare il Segretario Generale Gianni Tursi, "risponde ad una mission che è essenzialmente quella di fiere della domanda, al servizio del territorio meridionale, mediterraneo e balcanico, che costituisce un mercato di sbocco in costante espansione per le tecnologie e i prodotti italiani".

All'estero, l'ente organizza a Tirana la Fiera del Levante in Albania fin dal 1998. Nel 2003 la mostra è stata dedicata al comparto edilizio; organizza inoltre collettive di espositori italiani in

Fiera del Levante: una vetrina per i prodotti italiani nei Balcani

Le intese bilaterali con numerose fiere dell'area balcanica agevolano gli imprenditori che vogliono partecipare ad esposizioni all'estero. Il ruolo guida dell'Italia nella costruzione del "Corridoio 8"

L'ingresso della Fiera del Levante



Romania, in Germania e in Libia.

Il prestigio e la credibilità di cui gode la Fiera del Levante sono stati testimoniati ancora una volta dalla presenza di due capi di governo dell'area balcanica, il premier dell'Albania Fatos Nano e quello della Bosnia Erzegovina Dragan Mikerevic, alla cerimonia di apertura della 67ma Campionaria di settembre. La Campionaria è stata per nove giorni l'asse dei rapporti fra l'Italia, il sistema produttivo centro-meridionale e le eco-

nomie emergenti dell'Adriatico e del Mediterraneo. Paesi che, tra l'altro, riconoscono al nostro Paese un ruolo guida nella costruzione del "Corridoio 8", destinato nel medio termine a collegare in maniera diretta l'Adriatico e il mar Nero, attraverso strade, reti ferroviarie, porti, aeroporti, oleodotti, reti elettriche e di telecomunicazioni.

La Fiera del Levante - che ospita gli uffici del Segretariato tecnico del Corridoio 8 - lavora intensamente per

proiettare aziende e prodotti italiani nella grande vetrina dei Balcani. Negli ultimi mesi sono stati siglati accordi di collaborazione con le fiere di Plovdiv (Bulgaria), Skopje (Macedonia), Budva (Montenegro), Bucarest (Romania), Izmir (Turchia) e Novi Sad (Serbia). Grazie a queste intese bilaterali, la Fiera del Levante è in grado di fornire assistenza a condizioni di favore alle imprese italiane che intendano partecipare a esposizioni all'estero.

Significativo il peso delle presenze italiane sull'attività fieristica francese

Il mercato fieristico in Francia

Le fiere campionarie continuano a rappresentare una quota consistente del mercato fieristico francese e anche nel 2002 si è registrata una sostanziale stabilità dell'attività, con lievissimi cali negli indicatori selezionati. A questo proposito però si segnala una crescita degli espositori provenienti dall'estero, che aumentano del 10,6% rispetto alle precedenti edizioni delle 70 campionarie considerate.

Nel 2002 si sono tenute in totale 175 fiere specializzate, 56 aperte al pubblico e 119 riservate esclusivamente agli operatori. L'andamento dell'attività rispetto all'edizione precedente presenta valori discordanti tra i vari indicatori e tra le due tipologie evidenziate. Le fiere aperte al pubblico registrano un lieve peggioramento nel numero di espositori (-1,47%), mentre sono in aumento, seppur contenuto, le superfici locate e i visitatori. Le fiere riservate agli operatori registrano invece un calo nelle superfici locate (-2,20%) a cui si contrappongono però incrementi deboli per gli espositori (+0,86%), mentre risultano leggermente superiori nel numero di visitatori (+2,70%), probabilmente a causa dell'incremento del 5,53% registrato nelle presenze estere.

I dati 2002 delle 245 fiere certificate OJS

	Fiere campionarie	Fiere specializzate	Totale fiere
Numero fiere	70	175	245
Metri quadri	1.370.133	2.296.546	3.666.679
Espositori	28.616	64.716	93.332
Visitatori	6.279.000	7.020.000	13.299.000

Fonte: Elaborazioni Servizio Studi FFM su dati Foires Salons & Congrès de France

Analizzando la provenienza geografica degli espositori e dei visitatori esteri, emerge con evidenza il peso significativo che le presenze italiane hanno sull'attività fieristica francese, sia per gli espositori (19,6% degli espositori esteri), che per i visitatori (11,1% dei visitatori esteri), posizionandosi al primo posto in entrambe le classifiche. Tra gli altri Paesi di origine la Germania si colloca al secondo posto nella graduatoria relativa agli espositori (12,7%), ma solo quinta con riferimento ai visitatori (7,9%). Spagna e Gran Bretagna, rispettivamente terza e quarta nella graduatoria degli espositori, invertono le rispettive posizioni in quella dei visitatori, a testimonianza di un sostanziale equilibrio tra i flussi degli espositori e quelli dei visitatori verso le fiere francesi. Il Belgio, al contrario, rappresenta il secondo Paese d'origine in termini di visitatori (10,4%), ma solo il quinto per gli espositori (6,5%). Da sottolineare, infine, la presenza di espositori e visitatori provenienti dagli Stati Uniti, al quinto posto tra i visitatori (6,6%) e al settimo tra i visitatori (4%).

Tra i contenuti del sito statistiche, dati di settore, il calendario fieristico italiano e l'attività delle Commissioni

Aefi promuove anche in Rete il settore fieristico italiano

Far conoscere una realtà che interessa 200.000 imprese espositrici e 20 milioni di visitatori ogni anno è il compito istituzionale che Aefi svolge e lo fa anche attraverso il suo sito che è stato recentemente rinnovato.

I visitatori vi possono trovare informazioni sui quartieri fieristici degli associati, il calendario delle manifestazioni internazionali, nazionali e regionali che si tengono in Italia, un aggiornamento sui temi fieristici di maggiore attualità commentati su AEFI&fiere, una rassegna di articoli sulle problematiche fieristiche effettuata con il Sole 24 Ore, il punto sui lavori delle diverse Commissioni.

A breve saranno operativi i link ai siti delle principali organizzazioni espositive internazionali, mentre l'attuale rassegna stampa realizzata con il Sole 24 Ore sarà ampliata con gli articoli della stampa nazionale e internazionale che compaiono sul web.

Saranno anche disponibili, oltre alle leggi, tutte le sentenze italiane su tematiche fieristiche.

Da gennaio sarà operativo il portale nella sua strutturazione completa, con una parte pubblica e una parte riservata.

La parte pubblica intende dare

visibilità ad Aefi attraverso informazioni sulle finalità, la struttura e i programmi dell'Associazione; inoltre si propone di far conoscere il settore fieristico con la pubblicazione di statistiche tematiche di attualità per il sistema; infine la promozione delle manifestazioni: il calendario fieristico italiano, internazionale, regionale, comunitario e le informazioni sulle nuove manifestazioni saranno tradotte man mano nelle diverse lingue.

Nella sezione internazionale saranno evidenziate le iniziative di collaborazione industriale, le manifestazioni fieristiche all'estero nonché la presenza degli associati in manifestazioni fieristiche internazionali.

Una specifica sezione formazione conterrà le iniziative organizzate da Aefi e le segnalazioni di incontri e seminari particolarmente interessanti.

La parte riservata si presenterà come un'associazione virtuale, un archivio personale per ogni associato contenente le comunicazioni agli associati, i verbali e le documentazioni del Consiglio direttivo e dell'Assemblea, l'attività delle Commissioni, la presenza negli organismi internazionali, "Aefi informa", dati e studi statistici.



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 Bargagliani
Segr. Generale Dr. Luigino Peloni
www.erf.it
info@erf.it
tel. 071/58971

CENTRO AFFARI E CONVEGNI

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

FIERE DI PARMA S.p.A.

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

E. A. FIERA DEL LEVANTE

Bari
Presidente Dr. Luigi Loboano
Segr. Generale Dr. Giovanni Tursi
www.fieradelleavante.it
messaggi@fierdelleavante.it
tel. 080/5366111

UMBRIA FIERE S.p.A.

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

BOLOGNA FIERE S.p.A.

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

FIERA DI BOLZANO S.p.A.

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

BRIXIA EXPO

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

FIERA INT. DELLA SARDEGNA

Cagliari
Presidente Dr. Raffaele Garzia
Dir. Generale Dr. Benedetto Etzi
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
Amm. Delegato Dr. Massimo Bianchedi
www.cremonafiere.it
info@cremonafiere.it
tel. 0372/598011

LARIO FIERE

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

FERRARA FIERE CONGRESSI s.r.l.

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

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

FIERA DI GENOVA S.p.A.

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

GORIZIA FIERE

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

LONGARONE FIERE s.r.l.

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

INTLE 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
fieramessina@interfree.it
tel.090/364011

FIERA MILANO S.p.A.

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

MODENA ESPOSIZIONI s.r.l.

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

MOSTRA D'OLTREMARE S.p.A.

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

PADOVA FIERE S.p.A.

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

E. A. FIERA DEL MEDITERRANEO

Palermo
Comm. Straordinario
Dr. Stapino Greco
Seg. Generale Dr. Maurizio Alagna
www.fieramediterraneo.it
info@fieramediterraneo.it
tel. 091/5000111

FIERE DI PESARO S.p.A.

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

PIACENZA FIERE S.p.A.

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

AGRI CESENA S.p.A.

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

E. A. FIERA DI PORDENONE

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

SIPER FIERE DI REGGIO EMILIA s.r.l.

Reggio Emilia
Presidente Walter Franceschini
Amm. Delegato Dott. Andrea Margini
info@fierereggioemilia.it
tel. 0522/503511

RIMINI FIERA S.p.A.

Rimini
Presidente Sig. Lorenzo Cagnoni
Dir. Generale Dr. Piero Venturini
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. Andrea Mondello
Amm. Delegato
Dr.ssa Raffaella Alibrandi
Dir. Generale Dr. Vincenzo Alfonsi
www.fieradiroma.it
direzione@fieradiroma.it
tel. 06/51781

LINGOTTO FIERE S.p.A.

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

UDINE FIERE S.p.A.

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

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

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

E. A. PER LE FIERE DI VERONA

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

FIERA DI VICENZA

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

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

Direttore Responsabile: Rodolfo Lopes Pegna - **Coordinatore:** Sergio Pravettoni - **Redazione:** Paola De Agostini
Sede Redazione: Via Tiziano, 32 Milano - **Esercente l'Impresa Giornalistica:** Il Sole 24 ORE S.p.A
via P. Lomazzo, 52 Milano - **Stampa:** Graphiti Industria Grafica s.r.l. - Viale della Repubblica, 2 - Cornaredo (MI)

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

Stampato il giorno 10/11/2003

Raccolta pubblicitaria coordinata da Aefi

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

ELENCO MANIFESTAZIONI ANNO 2004

MESE	DATA	MOSTRA	SEDE	TIPO
Gennaio	8 - 11	PITTI UOMO Collezioni di abbigliamento e accessori per uomo	F	mostra
	16-18	PITTI BIMBO Collezioni di abbigliamento e accessori da 0 a 18 anni	F	mostra
	30 gen-1 feb	PITTI CASA Collezioni di biancheria per la casa	F	mostra
Febbraio	4-6	PITTI FILATI Filati e fibre per maglieria	F	mostra
	12-15	HABITANDO La mostra di tutto ciò che cerchi per "fare e rifare" la tua casa	F	mostra
	13-16	51° FLORENCE GIFT MART articoli da regalo e per la tavola	F	mostra
	25-29	WORLD CONGRESS OF THE INTERNATIONAL SOCIETY OF GYNECOLOGICAL ENDOCRINOLOGY	C/A	congresso
Marzo	2-4	PRATO EXPO tessuti per abbigliamento	F	mostra
	7-9	CONGRESSO STROKE 2004	C/A	congresso
	13	CONVEGNO SULLA LETTURA	C/A	congresso
	13-16	SALONE DEL TURISMO	F	mostra
	13-21	SALONE DEL MOBILE Arredamento e complementi per la casa	F	mostra
	18-20	CONGRESSO PEDIATRIA GRIAP	C/A	congresso
	26-28	CONOSCERE E CURARE IL CUORE	C/A	congresso
Aprile	21-24	CONGRESSO MENOPAUSA	C/A	congresso
	24apr-2mag	68° MOSTRA MERCATO INTERNAZIONALE DELL'ARTIGIANATO	F	mostra
Maggio	10-12	1° CONGRESSO MONDIALE DEI BAMBINI LAVORATORI	C	congresso
Giugno	24-27	PITTI UOMO Collezioni di abbigliamento e accessori per uomo	F	mostra
Luglio	2-4	PITTI BIMBO Collezioni di abbigliamento e accessori da 0 a 18 anni	F	mostra
	3-5	CONFERENZA ABA	C	congresso
	7-9	PITTI FILATI Filati e fibre per maglieria	F	mostra
Settembre	10-13	FLORENCE GIFT MART Articoli da regalo e per la tavola	F	mostra
	16-18	PRATO EXPO Tessuti per abbigliamento collezioni	F	mostra
	23-26	FIRENZE WORLD VISION Mostra sulle tecnologie d'avanguardia nella comunicazione	F	mostra
	30 set - 3 ott	CONVEGNO NAZ.LE SIMTI	C/A	congresso
Ottobre	5-8	XXI CONGRESSO NAZIONALE SOCIETÀ ITALIANA IPERTENSIONE ARTERIOSA	C/A	congresso
	11-14	III° CONGRESSO NAZ.LE SOCIETÀ ITALIANA MALATTIE INFETTIVE E TROPICALI	C/A	congresso
	15-17	IL TEMPIO DEL VINO - I MAGNIFICI	F	mostra
	21-23	ELETTRO Mostra di apparecchiature e materiale elettrotecnico illuminotecnico	F	mostra
	23-24	III° CONGRESSO INTERNAZIONALE "L'AIUTO ALLA PERSONA"	C	congresso
	27-30	CONGRESSO SIDO	c/a	congresso
	30 ott-7 nov	TUTTO SPOSI La fiera per sposarsi ed arredare la casa	F	mostra
Novembre	5-8	FIRENZE BOMBONIERE Salone specializzato della bomboniera	F	mostra
	10-13	WPA INTERNATIONAL CONGRESS	C/A	congresso
Dicembre	4-8	MARTA Mostra di articoli dell'artigianato di vario genere, italiani ed esteri	F	mostra

F Manifestazioni in svolgimento presso la Fortezza da Basso
C Manifestazioni in svolgimento presso il Palazzo dei Congressi
A Manifestazioni in svolgimento presso il Palazzo degli Affari

Palazzo dei Congressi



Fortezza da Basso



Palazzo degli Affari

