



Il nuovo portale per esaltare Aefi

Un nuovo portale Aefi che unisce ed esalta le due facce del sistema fieristico italiano, rendendolo più appetibile per i visitatori italiani e stranieri. Da una parte ci sono gli eventi espositivi (oltre 1.100 nel 2008 tra esteri, nazionali, internazionali, regionali e locali) dall'altra tutti gli associati Aefi, ovvero 42 quartieri con il relativo calendario, informazioni e un intero minisito in collaborazione con il Touring Club.

Il sito internet è stato sviluppato con tecnologie all'avanguardia che hanno consentito di collegare il portale ai servizi web più noti, come Google Maps e Via Michelin. Non solo, in futuro il portale Aefi consentirà di attivare servizi a valore aggiunto quali la prenotazione di biglietti aerei e ferroviari per raggiungere il quartiere fieristico, la ricerca e la prenotazione in alberghi convenzionati nelle singole città, e il noleggio di auto e altri servizi prenotabili via web.

Tutti i contenuti del nuovo portale Aefi sono disponibili da subito in italiano e inglese ma, molto presto, lo saranno anche nelle altre lingue del portale (ben nove, tra cui arabo e russo). Un accento sull'internazionalità che ben si sposa con le strategie e le eccellenze delle fiere italiane, caratterizzate da una importante espansione sui mercati stranieri.

Le Fiere vanno all'estero per battere la grande crisi

Da Milano a Bologna si scommette sull'internazionalizzazione delle esposizioni. Così verrà superata la recessione che si annuncia in Europa

Una legge quadro per rafforzare il settore e per battere, anche in ambito fieristico, la crisi che ha colpito la finanza mondiale. È la richiesta emersa lo scorso 22 ottobre nel corso dell'assemblea Aefi e che sarà ufficializzata in un convegno in programma il 10 dicembre a Milano. Secondo gli enti espositivi, il Governo centrale deve assumere una funzione di coordinamento per permettere agli enti stessi di accelerare ulteriormente sull'internazionalizzazione e di fronteggiare l'attuale crisi economica come un raffreddore e non come una pesante bronchite.

Le Fiere, per attutire gli effetti della probabile recessione, si sono in ogni caso già mosse con abbondante anticipo. Autonomamente e senza aspettare gli eventuali provvedimenti del Governo hanno stabilito piani d'azione e priorità. Razionalizzazione dei calendari e promozione all'estero sono, in particolare, i due binari su cui corre il riposizionamento strategico delle fiere. Secondo Giovanni Mantovani, direttore generale di Fiera Verona, che ha parlato a New York a margine dell'inaugurazione della sesta edizione del Vinitaly Us tour, "bisogna puntare sull'internazionalizzazione per diventare una piattaforma utile allo sviluppo estero delle aziende italiane". E proprio Fiera Verona, che ha deliberato un piano industriale al 2011 che prevede investimenti per 68



milioni, ha tra i progetti la creazione di una rete che metta in contatto le pmi italiane con le agenzie finanziarie nazionali e con le banche attive all'estero, da Unicredit a Intesa Sanpaolo. Commentando invece i primi frutti dell'accordo tra la Fiera di Milano e quella di Hannover per operare sul mercato fieristico cinese - i due saloni italotedeschi di Shanghai hanno già registrato le prenotazioni di 80mila visitatori - il presidente del gruppo meneghino, Michele Perini, ha rivendicato "la rivincita dell'economia reale su quella di carta, con il settore manifatturiero che dimostra di esserci e di investire nel futuro". Claudio Artusi, amministratore delegato di FieraMila-

no, ha aggiunto: "Dobbiamo tornare a mettere al centro del nostro interesse il cliente, cioè le imprese. E in particolare quelle medio-piccole, le più esposte ai colpi inferti dalla congiuntura avversa".

E parallelamente ai buoni propositi, in un momento difficile per l'economia, dalle fiere italiane continuano ad arrivare numeri confortanti. L'Eima, l'esposizione internazionale della meccanica agricola organizzata da Bologna Fiere a metà novembre, ha registrato un afflusso record a testimonianza dell'ottima tenuta del sistema manifatturiero italiano e soprattutto del sistema fieristico, da sempre braccio privilegiato dell'economia reale.



“Export, competenza e immagine. Ecco le armi delle nostre fiere”



Adolfo Urso

La grande sfida delle fiere italiane? "Ampliare il raggio d'azione e supportare le imprese". La crisi finanziaria? "Porterà gli enti espositivi ad affinare le strategie per venire incontro alle mutate esigenze promozionali del sistema produttivo italiano". Così Adolfo Urso, sottosegretario allo Sviluppo economico con delega al Commercio estero, commenta il particolare momento del settore espositivo italiano

L'INTERVISTA

D *Onorevole Urso come valuta l'espansione delle fiere italiane all'estero?*

R Il mercato fieristico italiano, in termini di superfici vendute, ha mostrato negli ultimi 15 anni un trend positivo. Ora deve affrontare una duplice sfida determinata dalla crescente competizione nel mercato europeo e nazionale e dalla nascita di location nei mercati emergenti. In tale contesto, credo sia importante per le fiere italiane ampliare il raggio d'azione, in quanto solo accettando la sfida di una competizione globale potranno acquisire competenze e continuare a svolgere un ruolo di traino per il nostro sistema di piccole e medie imprese.

D *Quali sono i mercati più interessanti per le fiere italiane e viceversa quali sono*

le fiere straniere che privilegiano il mercato italiano?

R Poiché il sistema fieristico italiano è caratterizzato da fiere internazionali dell'esportazione, esso tende a privilegiare quei mercati esteri più interessanti per i settori trainanti dell'export (moda-abbigliamento, alimentare, meccanica e costruzioni), ovvero i cosiddetti Bric's, quelli del Golfo e le Americhe. Per gli organizzatori fieristici stranieri potrebbe inoltre essere interessante rivolgersi al mercato italiano per manifestazioni d'importazione rivolte soprattutto all'Area del Mediterraneo.

D *Questa crisi economica rischia di penalizzare l'espansione delle fiere italiane all'estero?*

R Purtroppo la recessione che sta colpendo diverse econo-

mie mondiali fa presagire un indebolimento delle imprese, sia dal lato degli investimenti che dal lato delle esportazioni. Anche le fiere italiane saranno pertanto costrette a rivedere le strategie commerciali, anche al fine di venire incontro alle mutate esigenze promozionali del sistema produttivo italiano.

D *Quali sono state le mosse del nuovo governo per favorire le fiere italiane nei Paesi stranieri?*

R Il ruolo delle politiche pubbliche, sia nazionali che regionali - non dobbiamo dimenticare che c'è una competenza esclusiva delle Regioni in materia fieristica - dovrebbe essere quello di sostenere e promuovere la crescita del sistema fieristico. Il ministero dello Sviluppo economico sup-

porta e co-finanzia, a partire dal 2004, attraverso uno specifico accordo di settore con le Regioni, l'Aefi il Cfi e il Cft, progetti di internazionalizzazione delle fiere italiane, volti a favorire sia la conoscenza all'estero delle manifestazioni italiane di eccellenza che a supportare l'esportazione dei servizi e dei marchi fieristici.

D *Quali vantaggi ottengono le fiere italiane partecipando a missioni estere?*

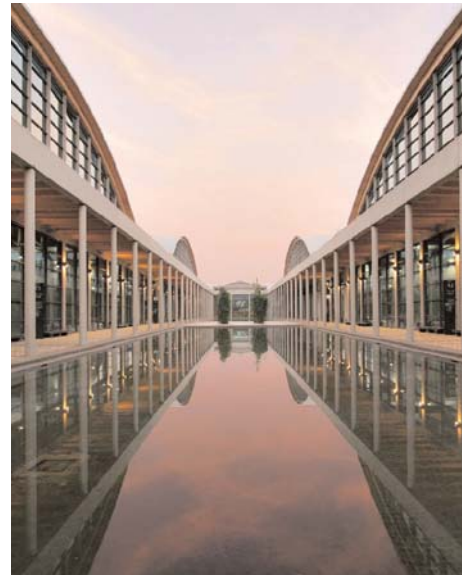
R La presenza all'estero delle fiere italiane costituisce un importante momento di visibilità in grado di rafforzare e consolidare l'immagine complessiva degli organizzatori italiani, delle nostre manifestazioni di eccellenza, dei sistemi produttivi e dei territori ad esse collegate.

Il nuovo business del salone adesso si chiama turismo

Le stime più recenti, in particolare guardando alle esposizioni di Milano e di Roma, dicono che il 60% dell'indotto fieristico debba essere ascritto a spese turistiche legate alla fiera stessa. Quasi una rivoluzione copernicana per gli organizzatori. Non sono un caso le scelte della Capitale e di Rimini, che hanno realizzato infrastrutture fieristiche di grande dimensione, valorizzate da preziosissimi architettonici capaci di moltiplicare la capacità attrattiva del quartiere stesso.

Le esposizioni possono essere considerate un attrattore turistico, il cui *hardware* è rappresentato dal quartiere fieristico e il cui *software* dagli eventi ospitati. In tale prospettiva, il primo aspetto da analizzare è la capacità che hanno le diverse manifestazioni di attrarre i turistici. Le manifesta-

zioni differiscono infatti sia nell'entità dei flussi turistici generati sia nella tipologia di turisti attratti. È possibile classificarle in base a indicatori: l'ampiezza dell'offerta garantita dagli espositori e quella della domanda, cioè dei visitatori. In base a ciò si ricava una matrice con almeno quattro tipologie di manifestazioni fieristiche: quelle in cui sia i visitatori sia gli espositori sono in prevalenza locali, quelle in cui invece a espositori locali corrispondono visitatori extra-locali (fiere basate sull'offerta), quelle in cui a espositori extra-locali corrispondono visitatori locali (fiere basate sulla domanda) e infine quelle che rappresentano uno spazio di incontro tra espositori e visitatori extra-locali (fiere scambio). Proprio quest'ultime, più delle altre, possono esaltare l'indotto turistico.



FIERA DI RIMINI - IL PORTICATO

Una rivoluzione copernicana per le Fiere

Da sempre viste come uno strumento di marketing, le esposizioni rivelano un indotto sorprendente

Le fiere sono sempre state viste, per tradizione, come uno strumento di marketing al servizio delle imprese. Nulla di male, anche se va osservato con piacere che, solo di recente, si è cominciato a cogliere il valore in termini di opportunità di sviluppo per il territo-

rio, sia in termini di promozione dei distretti e delle filiere produttive, sia in termini di sviluppo urbanistico ed architettonico. Non solo, alle esposizioni è stato riconosciuto un ruolo nuovo e quasi rivoluzionario: quello di vero e proprio "attrattore".

I recenti studi sull'indotto creato dalle fiere, infatti, hanno inequivocabilmente evidenziato come, attraverso l'organizzazione e la gestione di una pluralità di eventi, le fiere siano in grado di generare molteplici ricadute positive per il territorio, tra le quali non va sottovalutato

anche un aumento dei flussi turistici.

Alla luce di queste considerazioni, dunque, è possibile assumere una prospettiva nella quale il sistema fieristico sia concettualmente assimilabile ad un qualsivoglia fattore di attrazione turistica. In tale ottica, da un lato diviene rilevante chiarire i legami esistenti tra le tipologie di manifestazioni fieristiche e le tipologie di flussi turistici attratti, e dall'altro indagare le criticità che possono impedire ad un territorio di essere competitivo nello scenario globale delle fiere. Guardando anche agli altri paesi è possibile inoltre individuare alcune linee di intervento che potrebbero contribuire a migliorare il posizionamento competitivo internazionale del sistema Italia nel mondo delle fiere.

Raffaele Cercola



Le intese con le esposizioni di Francoforte e del Maryland

Roma parla americano e tedesco

Auto, information technology e tessile sono le aree di lavoro più proficue del gruppo che vanta anche uffici in tutta Europa oltre che nei Paesi arabi



ROBERTO BOSI, PRESIDENTE DI FIERA DI ROMA E MICHAEL VON ZITZEWITZ, PRESIDENTE DI MESSE FRANKFURT

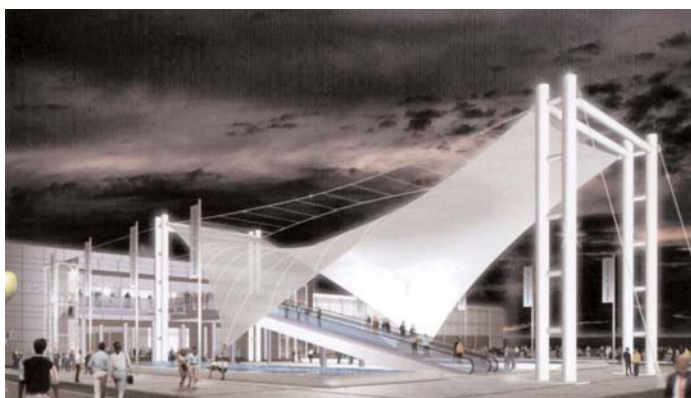
Tedeschi e americani. Messe Frankfurt e la EJKrause con sede nel Maryland. Negli ultimi due anni la Fiera di Roma ha messo a segno due alleanze significative, continentali ed extra continentali, che hanno puntato soprattutto sull'internazionalizzazione. L'asse con Messe Frankfurt, la Fiera di Francoforte, ha preso corpo con l'organizzazione congiunta, a inizio 2008, della rassegna Automechanika nel nuovo quartiere fieristico capitolino. Il progetto, che porta la firma dell'amministratore delegato, ha portato nella capitale la

più grande manifestazione dedicata ai settori degli accessori per auto e dei servizi per le officine, riservata agli operatori dei Paesi che si affacciano sul Mediterraneo. L'alleanza strategica con la Messe Frankfurt (che ha anche stretto una partnership con Fiera Milano per la Cina), la prima fiera tedesca e la seconda nel mondo con un volume d'affari di 400 milioni di euro, è stata siglata nel settembre 2006. "È la prima manifestazione internazionale che Francoforte esporta in Italia", hanno sottolineato al tempo i vertici del gruppo.

Un altro settore che offre grandi sinergie con i tedeschi è il tessile: la Fiera di Roma ha aperto diversi uffici all'estero per presentare le proprie attività: due in Francia (Lione e Parigi), in Germania a Düsseldorf, in Inghilterra a Londra, in Spagna a Barcellona e in Tunisia, da dove si tengono i rapporti anche con Paesi africani come Algeria, Libia e Marocco. Questo senza trascurare la seconda, e più recente, alleanza internazionale della Fiera di Roma: quella stretta con gli americani di EJKrause, una società statunitense fondata nel Maryland nel

1984, per organizzare nella capitale una serie di eventi in campo nazionale e internazionale. La società presieduta da Roberto Bosi ha in cantiere una joint venture che si concretizzerà in Expo Comm Italia, una manifestazione B2B dedicata all'Information & Communication Technology, con particolare attenzione ai servizi broadband e alla tecnologia wireless, orientata in particolar modo verso l'area Emea (Europa, Medio oriente, Africa).

La EJKrause è una delle più grandi società private attive nell'organizzazione di eventi con uffici in Asia, Europa e America Latina, dove organizza oltre 80 eventi in 16 diversi settori. "Non siamo conosciuti a livello internazionale, dobbiamo aumentare la promozione - ha sottolineato il presidente Bosi - anche perché abbiamo colmato un deficit del Centro Sud, dove siamo la prima struttura che, per dimensioni e qualità, può ospitare eventi internazionali".



Dal 2004 sono stati investiti 355 milioni per realizzare la nuova Fiera di Roma, inaugurata nel settembre 2006. Il gruppo Fiera Roma srl, che gestisce il polo espositivo, è controllato al 100% da Fiera Roma spa, che a sua volta vede

nell'azionariato la Camera di Commercio (con il 47,4% delle quote), il Comune di Roma (27,6%), Regione Lazio e Sviluppo Lazio (entrambe con il 12,4%) e altri soci minori; il costruttore Pierluigi Toti è uscito dal capitale lo scorso marzo.

Il 2007 si è chiuso con un fatturato di 30 milioni di euro (raddoppiato rispetto all'anno precedente, anche se i dati non sono comparabili) e ha raggiunto una quota di pubblico pari a mezzo milione di visitatori. Sempre l'anno scorso sono state realizzate 30 manifesta-

zioni, di cui 11 inedite, che hanno sfruttato i 920mila metri quadrati di spazio espositivo (con 302mila metri quadri di verde) e 14mila posti auto. E quest'anno, la Fiera di Roma si è fissata un target ancora più ambizioso: raggiungere quota 40 manifestazioni.

Un bilancio da sogno

Investimenti record e fatturato raddoppiato

Pitti Immagine e Firenze: il binomio che esalta la Fiera

A gennaio le esposizioni per uomo, donna e bambino sono diventate un punto di riferimento per la moda "Un appuntamento sempre più internazionale"



Pitti Immagine e Firenze. Un binomio che ha esaltato la moda italiana nel nostro Paese e nel mondo. E che tornerà a dare i propri frutti a gennaio, quando il 13, Firenze Fiera inaugurerà Pitti Uomo. "Vogliamo aiutare le imprese a incontrare i buyer dei Paesi che amano il made in Italy e continuano ad avere una buona capacità di spesa - ha sottolineato Gaetano Marzotto, presidente dei Pitti Immagine - Ma anche i governi devono fare

la loro parte, perché soprattutto in Italia serve una politica dei redditi che inneschi un circolo virtuoso di fiducia.

La solidità del sistema moda è confermata dal dato sull'export: nel periodo gennaio-giugno (gli ultimi dati disponibili) è cresciuto dello 0,2% fino a toccare i 13,73 miliardi di euro. Anche per questo Pitti Immagine ha l'obiettivo di diventare "un appuntamento sempre più internazionale", come ribadito

dall'amministrato delegato Raffaello Napoleone.

Nella prossima edizione della rassegna dedicata all'uomo (13-16 gennaio, si svolgerà in contemporanea con l'esposizione della moda femminile), ospiti speciali saranno Thom Browne, il più innovativo degli stilisti americani, che in Italia collabora con Moncler, e Giambattista Valli, il più internazionale dei giovani stilisti italiani (sfila a Parigi, dove ha sede la maison che porta il suo nome). "La rassegna dedicata alle collezioni donna, W-Woman, è arrivata alla sua terza edizione - ha

aggiunto Napoleone - e si è già ritagliata uno spazio nell'affollato panorama fieristico globale, soprattutto grazie allo sforzo di ricerca che abbiamo fatto nella scelta dei marchi".

Infine, tra il 22 e il 24 gennaio, alla Fortezza da Basso sarà invece il momento di Pitti Bimbo. "L'unico appuntamento internazionale che dà una rappresentazione completa dell'universo della moda bimbo - sottolinea Agostino Poletto, vicedirettore di Pitti Immagine - il salone che più di altri raccoglie le esigenze del mercato e dà risposte concrete".



Un bilancio in netta ripresa, con il fatturato balzato a quota 18 milioni (+20% rispetto al 2006) grazie al traino dei congressi (+84% a 9,4 milioni) con una perdita d'esercizio praticamente dimezzata. Per Firenze Fiera il biennio 2007-2008 ha segnato la grande riscossa, sul piano nazionale e internazionale. In primis con il passaggio di proprietà della Fortezza

da Basso, preziosa sede espositiva dal valore stimato di 150 milioni di euro, dal Demanio alle autonomie locali: un passaggio fondamentale per dare nuova linfa agli investimenti immobiliari. L'anno scorso si sono contati 245 appuntamenti, tra cui 35 internazionali, 88 nazionali e 122 regionali. Le fiere ospitate sono state 24 e tra queste 10 sono state organizza-

te da Firenze Fiera con una capacità espositiva di 50 mila metri quadrati. La spa gestisce, oltre alla Fortezza da Basso, anche Palazzo dei Congressi, ospitato all'interno di una villa ottocentesca che fu costruita dalla famiglia Strozzi oggi perfettamente restaurata, e Palazzo degli Affari, una struttura moderna, polivalente e flessibile, realizzata nel 1974 dall'ar-

chitetto Spadolini. Tra i principali azionisti di Firenze Fiera figurano: Regione Toscana, Comune, Provincia e Camera di Commercio di Firenze e Comune, Provincia, Camera di Commercio di Prato oltre a tutte le principali associazioni di categoria del capoluogo toscano. Una compagine determinata a lavorare per il definitivo rilancio del polo fieristico.

Fatturato in aumento

Quasi annullato il rosso Ora c'è Fortezza da Basso

Pesaro vince in casa e all'estero

Per il Salone del Mobile si annuncia il tutto esaurito. Ma l'esposizione vince anche grazie alla costante presenza al Mebel di Mosca e al gigantesco Index di Dubai

La Fiera di Pesaro continua a rappresentare un punto di riferimento importante per tutte le piccole e medie imprese delle Marche. Nel settembre 2009 ospiterà un rinnovato Salone del Mobile che attirerà una massa enorme di visitatori stranieri. La cartina di tornasole del fenomeno è la presenza record di operatori del mobile marchigiano all'estero: 58 aziende al Mebel di Mosca, 15 produttori di componenti e accessori per l'arredamento

allo Zow, sempre nella capitale russa e negli stessi giorni, 12 operatori all'Index di Dubai, la principale manifestazione fieristica del settore nel Medio Oriente.

Il quartiere fieristico risiede su una superficie totale di 110mila metri quadrati di cui 36mila di superficie lorda coperta, suddivisi in sei padiglioni tutti complementari, dotati di impianto di riscaldamento e condiziona-

mento, privi di barriere architettoniche, collegati tra loro da corridoi e gallerie coperte con ingressi autonomi, con la possibilità di realizzare tenso-strutture esterne, fino ad un totale di 45mila metri quadri coperti.

A inizio ottobre, inoltre, la Fiera di Pesaro ha ospitato la 14esima edizione dell'Expo Workshop Internazionale Turismo del Mare con un'offerta turistica legata alle novità del settore,

all'enogastronomia e alle tradizioni del territorio. Un appuntamento per buyer nazionali e internazionali, tour operator, agenzie di viaggio e aziende. La manifestazione ha visto la partecipazione di operatori da Austria, Belgio, Repubblica Ceca, Danimarca, Francia, Germania, Gran Bretagna, Ungheria, Olanda, Norvegia, Polonia, Russia, Repubblica Ceca e Slovacca, Svezia, Svizzera.



Dalle auto all'arredamento, dai mercatini d'epoca a un tema innovativo come il fotovoltaico. La Fiera di Ferrara è un'esposizione dinamica, progettata nei suoi edifici dall'architetto Vittorio Gregotti e il cui quartiere si estende su un'area totale di 26mila metri quadrati, di cui 16mila sono coperti e 10mila sono distribuiti su due grandi piazze per accogliere manifestazioni all'aperto.

A tutto ciò va aggiunta un'area parcheggi di 5mila metri quadrati per oltre 1.000 posti auto. Il complesso edilizio dell'area coperta ha una planimetria a T ed è costituito da sei padiglioni e quattro corpi servizi.

L'ultima puntata di Habitat, che si è tenuta a inizio novembre, ha visto l'esposizione di mobili di tutti i generi e stili, di prodotti per la bioedilizia nonché per giardini e aree all'esterno dell'abitazione.

Con 200 espositori e oltre 22mila visitatori, la manifestazione ha registrato un ottimo risultato, cavalcando anche il gemellaggio con Ferrara Sposi 2008, che vede l'esposizione di prodotti, abiti e di tutto quanto è legato al giorno del grande passo.

Il grande punto di forza di Ferrara Fiere Congressi srl è che fa parte, unitamente a Modena, del gruppo BolognaFiere componendo un polo regiona-

le articolato unico in Europa. In quest'ambito, la peculiarità del quartiere ferrarese è legata a manifestazioni di elevato contenuto culturale e ambientale. La società gestisce attualmente 15 eventi fieristici all'anno, che attirano anche l'interesse di visitatori stranieri, e il suo centro congressi è sede di numerosi convegni legati al mondo dell'Università, dell'associazionismo e dell'impresa.

Ferrara sale all'altare

Numeri super per la Fiera dedicata agli sposi e realizzata con Habitat 2008

Marmotec e il turismo mettono il turbo a Carrara

Bene anche Seatec, dedicata alle tecnologie per l'edilizia

Carrara fiere è nata nel 2005 ed è soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Internazionale marmi e Macchine Carrara. Presieduta da Giorgio Bianchini, l'esposizione ha un fitto calendario per il 2008, che debutterà già a gennaio con il 4° salone dei prodotti e servizi per gli sposi e la 7° edizione del salone del turismo itinerante, con caravaning, camping e outdoor. Quest'anno, la Fiera di Carrara ha messo in cantiere quattro nuovi eventi, dando il via al progetto di rinnovo della sua esposizione più importante, quella dedicata al marmo. Con l'edizione 2008, a fine maggio,

Marmotec è diventato biennale (in alternanza con Norimberga) e riserverà sempre più attenzione all'architettura, al design e alla progettazione dei materiali lapidei. Accanto al marmo, l'altra fiera di punta resta Seatec, riservata alle tecnologie e alla subfornitura per la cantieristica. Inoltre, i quat-

tro nuovi appuntamenti, organizzati direttamente, interesseranno il mondo dell'edilizia, il benessere e il verde, gli spettacoli motoristici e, soprattutto, i materiali compositi, che trovano utilizzo in moltissimi settori, dall'aeronautica al biomedico, dal marmo alla nautica.



Ad Arezzo va di moda l'antiquario

Grande successo per la Fiera realizzata insieme con l'ente di Modena

Alleate per l'antiquariato. Lo scorso sabato 18 Ottobre è stato siglato un protocollo d'intesa tra la Fiera antiquaria di Arezzo, quella di Modena e i reciproci Comuni per promuovere il settore dell'antiquariato. La firma dell'accordo è avvenuta a Modena, in occasione dei festeggiamenti per il trentennale della Fiera locale. L'intesa è decisamente importante: in base ad essa, i due enti espositivi si impegnano a realizzare progetti promozionali nazionali sull'antiquariato al fine di diffonderne la cultura e favorire la reciproca ospitalità di espositori e per "rafforzare in forma congiunta il valore delle attività di antiquariato e collezionismo come ambasciatrici della qualità, della cultura,

della tradizione e della ricchezza di un territorio". Soddisfazione è stata espressa dall'assessore aretino alle attività produttive, Piero Ducci, secondo cui "occorre dedicare sempre maggiore attenzione a questo settore del mondo economico. Questo accordo con la Fiera di Modena pone le basi per fare massa critica con le fiere di settore". Gli ha fatto eco il presidente Paolo Nicchi secondo il quale "la firma di questo protocollo d'intesa è importante. Sono certo che potrà far seguito un analogo protocollo con la Fiera di Parma, con cui in occasione della recente edizione del Mercante in Fiera vi sono stati i primi incoraggianti contatti a livello tecnico".

Trieste val bene un caffè espresso

Oltre 6mila visitatori (+18% rispetto all'ultima edizione, risalente al 2006) di cui il 41% proveniente dall'estero (in particolare da 79 Paesi). E ancora: 209 espositori da 27 Stati e un aumento dell'area espositiva del 30% a 11mila metri quadrati. Sono i numeri di Triestespresso 2008, che si è svolta dal 13 al 15 dicembre presso la fiera di Trieste. L'esposizione si svolge una

volta ogni due anni e anche quest'anno ha visto l'affluenza, da tutto il mondo, di operatori specializzati del caffè desiderosi di scoprire - nel Paese da sempre considerato la patria dell'espresso - tutte le novità del mercato del chicco. Il fiore all'occhiello per un ente fieristico, quello di Trieste, da sempre con una forte vocazione all'internazionalità.

Umbriafiere apre ai privati

Investimenti e apertura del capitale ai privati. Umbriafiere, il principale polo espositivo umbro, punta decisamente sulla crescita. "La prima operazione - ha spiegato recentemente il presidente Lazzaro Bogliari - sarà realizzata attraverso una prima fase di patrimonializzazione e una seconda di aumento di capitale sociale, dagli attuali 285.000 euro a 3 milioni". Nel frattempo la società sta portando avanti un piano di investimenti: sono stati dedicati 4 milioni di euro provenienti da fondi comunitari e dagli enti nell'ammodernamento dei padiglioni fieristici e nell'ampliamento degli spazi espositivi. Complessivamente solo la struttura fieristica di Umbriafiere di Bastia nel 2008 genererà un fatturato di 2 milioni che lievitano a 5 milioni considerando i terzi espositori del Centro fieristico regionale.

L'appuntamento più atteso, adesso, è fissato per inizio febbraio, quando dall'1 al 5 si svolgerà Expo TecnoCom, la grande rassegna per pubblici esercizi e arte bianca in cui saranno esposti macchinari, attrezzature, arredi e prodotti in tre padiglioni espositivi per 450 stand. In mostra nuove tecnologie e prodotti per rinnovare l'attività e migliorare il servizio offerto. Destinatari dell'esposizione i pubblici esercizi, ristoranti, agriturismi, pasticcerie, pizzerie, birrerie, panifici e gelaterie.



Gennaio 2009

- ▷ 11 gennaio - 18 gennaio
FIRST. THE JEWELLERY SUPREMACY
Vicenza
Mostra internazionale di oreficeria, gioielleria, argenteria, orologeria e gemmologia
Fiera di Vicenza S.p.A.
Via dell'Oreficeria 16
36100 Vicenza
tel. 0444/969111
fax 0444/969000
www.vicenzafiera.it
vicenzafiera@vicenzafiera.it
- ▷ 11 gennaio - 18 gennaio
T-GOLD - THE TECHNOLOGY SIDE OF JEWELLERY
Mostra internazionale di macchinari per l'oreficeria e preziosi. Strumenti gemmologici
Vicenza
Fiera di Vicenza S.p.A.
Via dell'Oreficeria 16
36100 Vicenza
tel. 0444/969111
fax 0444/969000
www.vicenzafiera.it
vicenzafiera@vicenzafiera.it
- ▷ 14 gennaio - 17 gennaio
75° PITTI IMMAGINE UOMO
Firenze
Pitti Immagine s.r.l.
Firenze
tel. 055/3693210
fax 055/3693200
www.pittimmagine.com
dir.generale@pittimmagine.com
- ▷ 15 gennaio - 18 gennaio
JOSP FEST
Festival internazionale degli itinerari dello spirito
Roma
Fiera Roma srl
Via Portuense 1645-1647
00148 Roma
- ▷ 15 gennaio - 19 gennaio
FESTIVITY
Rho-Pero (MI)
Salone Internazionale del Giocattolo srl
Via Petitti, 16
20149 Milano
tel. 02/325621
fax 02/33001415
www.salonedelgiocattolo.it
info@salgioc.it
- ▷ 16 gennaio - 18 gennaio
INTERNATIONAL BIKE EXPO SHOW
Padova
PadovaFiere spa
Via N. Tommaseo 59
35131 Padova
tel. 049/840111
fax 049/840570
www.padovafiere.it
info@padovafiere.it

Gennaio 2009

- ▷ 16 gennaio - 18 gennaio
MOTORBIKEEXPO
Verona
Ente autonomo per le Fiere di Verona
Viale del Lavoro 8
37135 Verona
tel.045/8298111
fax 045/8298288
www.veronafiere.it
info@veronafiere.it
- ▷ 16 gennaio - 19 gennaio
MACEF PRIMAVERA CHIBI & CART 2009
Mostra Internazionale per la Tavola, Casalinghi e da Regalo, Argenteria, Oreficeria, Orologeria
Rho-Pero (MI)
Fiera Milano International spa
Via Varesina, 76
20156 Milano
Tel. 02/485501
www.fmi.it
info@fmi.it
- ▷ 17 gennaio - 20 gennaio
EXPO RIVA SCHUH
Riva del Garda (TN)
Riva del Garda Fierecongressi spa
Parco LidoRiva del Garda (TN)
tel. 0464/520000
fax 0464/555255
www.exporivaschuh.it
info@exporivaschuh.it
- ▷ 17 gennaio - 21 gennaio
MILANO MODA UOMO
Milano
Camera Nazionale della Moda
Via Gerolamo Morone, 6
20121 Milano
tel. 02/7771081
fax 02/77710850
www.cameramoda.it
info@cameramoda.it
- ▷ 17 gennaio - 21 gennaio
SIGEP
Salone internazionale della gelateria, pasticceria e panificazione artigianali
Rimini
Rimini Fiera spa
Via Emilia 155
47900 Rimini
tel. 0541-744111
fax 0541-744200
www.riminifiera.it
riminifiera@riminifiera.it
- ▷ 18 gennaio - 20 gennaio
WHITE HOMME
Collezioni abbigliamento e accessori uomo e pre collezioni abbigliamento accessori donna
Milano
M.Seventy Srl
Via Santa Croce, 7/B
40122 Bologna
tel.051/5288104
fax.051/52881103
info@mseventy.com

CALENDARIO FIERE

Gennaio 2009

- ▷ 22 gennaio - 25 gennaio
KLIMAHOUSE
Bolzano
Fiera Bolzano SpA Messe Bozen AG
Piazza Fiera, 1
39100 Bolzano
tel. 0471/516000
fax 0471/516111
info@fierabolzano.it
www.fierabolzano.it
- ▷ 22 gennaio - 26 gennaio
ARTE FIERA
Fiera internazionale d'arte contemporanea
Bologna
BolognaFiere spa
Via della Fiera, 20
40127 Bologna
tel. 051-282111
fax 051-6374004
www.bolognafiere.com
dir.gen@bolognafiere.it
- ▷ 23 gennaio - 25 gennaio
68° PITTI IMMAGINE BIMBO
Firenze
Pitti Immagine s.r.l.
Firenze
tel. 055/3693210
fax 055/3693200
www.pittimmagine.com
dir.generale@pittimmagine.com

Febbraio 2009

- ▶ 3 febbraio - 6 febbraio
MILANO UNICA
Rho-Pero (Mi)
Salone Italiano del tessile:
Ideabiella - Ideacom - Moda In
Prato Expo Primavera/Estate 2009
Shirt Avenue
MilanoUnica
Viale Sarca, 223
20126 Milano
tel. 02/66101105
www.milanounica.it
info@milanounica.it
S.I.TE.X spa.
Viale Sarca, 223
20126 Milano
tel. 02/66103820
fax 02/66103844
info@modain.it
Associazione IdeaBiella
Via Torino, 56
13900 Biella
tel. 015/84831
fax 015/8491972
info@ideabiella.it
IdeaComo
Via 5 Giornate, 76/H
22012 Cernobbio
tel. 031/513312
fax 031/340022
www.ideacom.com
ideacom@ideacom.com
Ascontex Promozioni srl
Viale Sarca, 223
20126 Milano
tel. 02/66103838
fax 02/66103863
info@ascontexpromozioni.it
PratoTrade
Via Valentini, 14
59100 Prato
tel. 0574 455280-1
fax. 0574 21293
www.pratoexpo.com
pratotrade@pratoexpo.it
- ▶ 4 febbraio - 6 febbraio
62° PITTI IMMAGINE FILATI
Firenze
Pitti Immagine s.r.l.
Firenze
tel.055/3693210
fax 055/3693200
www.pittimmagine.com
dir.generale@pittimmagine.com
- ▶ 4 febbraio - 7 febbraio
MADEEXPO
Rho-Pero (MI)
Federlegno-Arredo S.r.l.
Foro Buonaparte, 65
20121 Milano
tel. 02.80604440
fax 02.80604397
www.madeexpo.it
info@madeexpo.it

Febbraio 2009

- ▶ 5 febbraio - 7 febbraio
6° SEA TEC
Marina di Carrara (MS)
CarraraFiere spa.
V.le G. Galilei, 133
54036 Marina di Carrara (MS)
tel. 0585/787963
fax 0585/787602
info@carrarafiere.com
www.carrarafiere.com
- ▶ 12 febbraio - 15 febbraio
SAMULEGNO
Salone macchine e tecnologie
per la lavorazione legno
Pordenone Fiere S.p.A.
Viale Treviso 1
33170 Pordenone
tel.0434-232111
fax 0434-572712
infofiere@fierapordenone.it
www.fierapordenone.it "
- ▶ 14 febbraio - 17 febbraio
MIA ALIMENTAZIONE-FUORICASA
Mostra Internazionale
dell'Alimentazione
Rimini
Rimini Fiera spa
Via Emilia 155
47900 Rimini
tel. 0541-744111
fax 0541-744200
www.riminifiera.it
riminifiera@riminifiera.it
- ▶ 14 febbraio - 17 febbraio
ORO GIALLO
Salone Internazionale
dell'Olio Extravergine di Oliva
Rimini
Rimini Fiera spa
Via Emilia 155
47900 Rimini
tel. 0541-744111
fax 0541-744200
www.riminifiera.it
riminifiera@riminifiera.it
- ▶ 14 febbraio - 17 febbraio
PIANETA BIRRA - BEVERAGE & CO
Esposizione internazionale di birre,
bevande, snack, attrezzature e
arredamenti per pub e pizzerie
Rimini
Rimini Fiera spa
Via Emilia 155
47900 Rimini
tel. 0541-744111
fax 0541-744200
www.riminifiera.it
riminifiera@riminifiera.it
- ▶ 14 febbraio - 17 febbraio
**MEDITERRANEAN
SEAFOOD EXHIBITION**
Salone delle tecnologie e dei pro-
dotti della pesca per il Mediterraneo
Rimini
Rimini Fiera spa
Via Emilia 155
47900 Rimini
tel. 0541-744111
fax 0541-744200
www.riminifiera.it
riminifiera@riminifiera.it

CALENDARIO
FIERE

Febbraio 2009

- ▶ 19 febbraio - 21 febbraio
FLORMART - MIFLOR
Salone internazionale
florovivaismo, attrezzature
e giardinaggio
Padova
PadovaFiere spa
Via N. Tommaseo 59
35131 Padova
tel. 049/840111
fax 049/840570
www.padovafiere.it
info@padovafiere.it
- ▶ 19 febbraio - 22 febbraio
QUADRUM SACA
Aste, cornici, grafica e tecnologie-
Bologna
New Company srl
Via A. Gramsci, 26
80122 Napoli
tel. 081-7613913
fax 081-7613394
- ▶ 19 febbraio - 22 febbraio
BIT
Borsa Internazionale del Turismo
Rho-Pero (MI)
Expo Cts S.p.a.
Via Generale G.Govone, 66
20155 Milano
Tel. 02/349841
Fax 02/33600493 -
www.expocets.it
expo@expocets.it
- ▶ 25 febbraio - 4 marzo
MILANO MODA DONNA
Milano
Camera Nazionale della Moda
Via Gerolamo Morone, 6
20121 Milano
tel. 02/7771081
fax 02/77710850
www.cameramoda.it
info@cameramoda.it

Febbraio/Marzo 2009

- ▷ 26 febbraio - 1 marzo
LEGNO & EDILIZIA
Mostra professionale internazionale sull'impiego del legno nell'edilizia
Verona
Ente autonomo per le Fiere di Verona
Viale del Lavoro 8
37135 Verona
tel.045/8298111
fax 045/8298288
www.veronafiere.it
info@veronafiere.it
- ▷ 26 febbraio - 1 marzo
CLOUDNINE
Milano
Pitti Immagine s.r.l.
Via Faenza 111
Firenze
tel. 055/3693210
fax 055/3693200
www.pittimmagine.com
dir.generale@pittimmagine.com
- ▷ 27 febbraio - 1 marzo
PLANET CREATIVITY
Salone internazionale delle arti manuali e degli hobby creativi
Rimini
Geco Italia srl
via Pini 57
43100 Parma
tel. 0521/290702
fax 0521/989197
www.planetcreativity.com
expo@planetcreativity.com
- ▷ 27 febbraio - 2 marzo
MILANOVENDEMODA
Collezioni di moda femminile
Milano
Expo Cts S.p.a.
Via Generale G.Govone, 66
20155 Milano
Tel. 02/349841
Fax 02/33600493 -
www.expocts.it
expo@expocts.it
- ▷ 27 febbraio - 2 marzo
WHITE - COLLEZIONI
Abbigliamento e accessori Donna
Milano
M.Seventy Srl
Via Santa Croce, 7/B
40122 Bologna
tel.051/5288104
Fax.051/52881103
info@mseventy.com
- ▷ 28 febbraio - 8 marzo
MERCANTEINFIERA PRIMAVERA
Mostra internazionale di modernariato, antichità e collezionismo
Parma
Fiere di Parma spa
via F. Rizzi 67/a
43031 Baganzola (PR)
tel 0521-9961
fax 0521-996270
www.fiereparma.it
management@fiereparma.it

Febbraio/Marzo 2009

- ▷ 3 marzo - 4 marzo
ANTEPRIMA
Milano
Anteprima - Trend Selection srl
Via Brisa, 3
20123 Milano
tel. 02/8807711
fax 02/860032
www.trendselection.com
trend@trendselection.it
- ▷ 4 marzo - 7 marzo
MICAM SHOEVENT
Mostra Internazionale della Calzatura
Rho-Però (MI)
A.N.C.I. Servizi srl
Via Monte Rosa, 21
20149 Milano
tel. 02/438291
fax 02/43829233
www.micamonline.com
segreteria@micamonline.com
- ▷ 4 marzo - 7 marzo
MIPEL - THEBAGSHOW
Mercato Internazionale della Pelletteria -
Rho-Però (MI)
Aimpes Servizi S.r.l.
V.le Beatrice d'Este, 43
20122 Milano
tel. 02/584511
fAX 02/58451320 -
www.mipel.com
segreteria@mipel.it
- ▷ 4 marzo - 8 marzo
MIFUR
Salone Internazionale della Pellicceria e della Pelle
Rho-Però (MI)
Ente Fieristico MIFUR
Corso Venezia, 38
20121 Milano
tel. 02/76003329
fax 02/76022034
info@mifur.com
- ▷ 6 marzo - 8 marzo
13 marzo - 15 marzo
LUXURY & YACHTS
Salone internazionale del lusso
Vicenza
Optimist srl
Via Bardella 8
36100 Vicenza
tel. 0444/305302
fax 0444/315245
www.luxuryyachts.it
info@optimistevents.com
- ▷ 6 marzo - 9 marzo
MIDO
Mostra Internazionale di Ottica, Optometria e Oftalmologia
Rho-Però (MI)
Mido S.r.l.
Via Petitti, 16
20149 Milano
Tel. 02/32673673
fAX 02/324233
www.mido.com
www.mido.it
infomido@mido.it

CALENDARIO FIERE

Marzo 2009

- ▷ 7 marzo - 10 marzo
VALENZA GIOIELLI
Edizione di primavera
Valenza (AL)
Valenza Expo Events S.r.l.
Valenza (AL)
tel. 0131/941851
fax 0131/946609
www.valenza.org
aov@interbusiness.it
- ▷ 7 marzo - 15 marzo
NAUTICSUD
Salone Internazionale della Nautica
Napoli
Editalia srl
via Orazio, 22
80122 Napoli
tel. 081/660836
fax 081/2482178
info@nauticsud.info
Mostra d'Oltremare SpA
v.le Kennedy, 54
80125 Napoli
Direzione Marketing
Dr. Carlo Cigliano
tel. 081/7258021
fax 081/7258029
marketing@mostradoltremare.it
www.mostradoltremare.it
www.nauticsud.info
- ▷ 11 marzo - 12 marzo
FILO
Milano
Assoservizi Biella srl
Via Torino, 56
13900 Biella
tel. 015/8483290
fax 015/8485363
www.filo.it
monfermoso@ui.biella.it

Marzo 2009

- ▷ 12 marzo - 15 marzo
PROGETTI & PAESAGGI
Bologna
BolognaFiere spa
Via della Fiera, 20
40127 Bologna
tel. 051-282111
fax 051-6374004
www.bolognafiere.com
dir.gen@bolognafiere.it
- ▷ 14 marzo - 16 marzo
**TASTE: IN VIAGGIO
CON LE DIVERSITÀ DEL GUSTO**
Firenze
Pitti Immagine s.r.l.
Firenze
tel. 055/36931-212622
fax 055/3693200
www.pittimmagine.com
- ▷ 14 marzo - 22 marzo
SALONE NAUTICO DI VENEZIA
Venezia
Expo Venice spa
Marittima, Fab. 103
30135 Venezia
tel. 041/5334850
fax 041/5334760
www.salonenauticodivenezia.com
info@saloneve.it
- ▷ 18 marzo - 21 marzo
SAIESPRING
Salone specializzato del serramento,
delle tecnologie del serramento,
delle chiusure tecniche
e delle finiture di interni
BolognaFiere spa
Via della Fiera, 20
40127 Bologna
tel. 051-282111
fax 051-6374004
www.bolognafiere.com
dir.gen@bolognafiere.it
- ▷ 18 marzo - 21 marzo
ENADA PRIMAVERA
Mostra internazionale
degli apparecchi
da intrattenimento e da gioco
Rimini
Rimini Fiera spa
Via Emilia 155
47900 Rimini
tel. 0541-744111
fax 0541-744200
www.riminifiera.it
riminifiera@riminifiera.it
- ▷ 18 marzo - 21 marzo
BER - BOWLING EVENT RIMINI
Rimini
Rimini Fiera spa
Via Emilia 155
47900 Rimini
tel. 0541-744111
fax 0541-744200
www.riminifiera.it
riminifiera@riminifiera.it

Marzo 2009

- ▷ 19 marzo - 21 marzo
EUROSTAMPI
European dies & mold, presses
and injection machines exhibition
Parma
Senaf srl
Via Eritrea, 21/a
20157 Milano
tel. 02-3320391
fax 02-39005289
www.senaf.it
info@senaf.it
- ▷ 19 marzo - 21 marzo
MECSPE
Meccanica specializzata: trattamenti
e finiture delle superfici; fonderia
e presso-fusione, trasmissioni
di potenza, utensili, incisione
dei metalli, fasteners, sicurezza
dei lavoratori nel settore
metalmeccanico, macchine per
stampi, automazione
Parma
Senaf srl
Via Eritrea, 21/a
20157 Milano
tel. 02-3320391
fax 02-39005289
www.senaf.it
info@senaf.it
- ▷ 19 marzo - 21 marzo
SAT EXPO EUROPE 2009
Roma
Fiera Roma srl
Via Portuense 1645-1647
00148 Roma
- ▷ 21 marzo - 24 marzo
30° ORO AREZZO
Arezzo
Centro Promozioni e Servizi Arezzo
tel. 0575/9361-382846
fax 0575/383028
www.cpsarezzo.it
amministrazione@cpsarezzo
- ▷ 23 marzo - 26 marzo
FIERA DEL LIBRO PER RAGAZZI
Bologna
BolognaFiere spa
Via della Fiera, 20
40127 Bologna
tel. 051-282111
fax 051-6374004
www.bolognafiere.com
dir.gen@bolognafiere.it

CALENDARIO FIERE

Marzo 2009

- ▷ 24 marzo - 28 marzo
PLAST '09
Salone Internazionale
per l'Industria della Materie Plastiche
e della Gomma
Rho-Pero (MI)
Promaplast
Centro direzionale Milanofiori
Palazzo F3
20090 Assago
Tel. 02/8228371
Fax 02/57512490
www.plast09.org
info@promaplast.org
- ▷ 24 marzo - 28 marzo
IPACK-IMA
Processing, Packaging
and Material Handling
Rho-Pero (MI)
Ipack-Ima S.p.a.
C.so Sempione, 4
20154 Milano
tel. 02/3191091
fax 02/33619826
www.ipackima.it
ipackima@ipackima.it

Marzo 2009

- ▷ 24 marzo - 28 marzo
GRAFITALIA 2009
Graphic arts, print media
and communication
Rho-Però (MI)
Centrexpo S.p.a.
C.so Sempione, 4
20154 Milano
tel. 02/3191091
fax02/341677
www.centrexpo.it
centrexpo@centrexpo.it

- ▷ 24 marzo - 28 marzo
CONVERFLEX 2009
Package Printing and Converting
Rho-Però (MI)
Centrexpo S.p.a.
C.so Sempione, 4
20154 Milano
tel. 02/3191091
fax02/341677
www.centrexpo.it
centrexpo@centrexpo.it

Marzo 2009

- ▷ 27 marzo - 29 marzo
3 aprile - 5 aprile
NAUTICSHOW
Salone internazionale della nautica
Jesolo (VE)
Optimist srl
Via Bardella 8
36100 Vicenza
tel. 0444/305302
fax 0444/315245
www.luxuryyachts.it
info@optimistevents.com

- ▷ 30 marzo - 31 marzo
**COMOCREA TEXTILE
DESIGN SHOW**
Cernobbio (CO)
Villa Erba spa
Largo Luchino Visconti, 4
22012 Cernobbio (Como)
tel. 031/3491
fax 031/340540
www.villaerba.it
info@villaerba.it

CALENDARIO
FIERE

- ▷ 25 marzo - 27 marzo
O.M.C. 2009
Offshore Mediterranean
Conference and Exhibition
Ravenna
**Offshore Mediterranean
Conference srl**
Viale Farini 14
48100 Ravenna
tel. 0544/219418
fax 0544/39347
www.omc.it
conference@omc.it



PROPRIETARIO
Aefi - Associazione Esposizioni e Fiere Italiane
SEDE LEGALE
via dell'Arcadia, 2 - Roma
SEGRETARIA GENERALE
c/o Rimini Fiera Spa
tel.0541-744229/30
fax 0541-744512
e-mail info@aefi.it
PRESIDENZA
c/o Mostra d'Oltremare
tel.081-7258001
fax 081-7258009
e-mail seg.presidenza@mostradoltremare.it

EDITORE
Il Sole 24ORE Spa
DIRETTORE RESPONSABILE
Fabio Tamburini
SEDE LEGALE, DIREZIONE E REDAZIONE:
Via Monte Rosa n. 91 20149 Milano
tel: 02.3022.4602-3 - fax: 02.3022.481
COORDINAMENTO
Paola De Agostini
REDAZIONE
Cheo Condina
PROGETTO EDITORIALE, GRAFICO E ARTWORK
Il Sole 24 ORE Radiocor

SERVICE PROVIDER
Meetweb Sas
Via del Parco Margherita 32, Napoli
<http://www.aefi.it>

Periodico trimestrale elettronico
Reg. Trib. Milano n. 386 del 24-06-2008
Anno 1, numero 3
Chiuso in redazione il giorno 9 dicembre 2008
Copyright 2008 - Il Sole 24 ORE S.p.A
Radiocor Agenzia d'informazione
È vietata la riproduzione, anche parziale
o a uso interno con qualsiasi mezzo, non autorizzata