

FIERE FIERE



Strategie di sviluppo dei grandi enti fieristici

Guardare, vendere, comprare: l'arte del mercato stile 2000

Campionarie? No Specializzate super

Intervista al presidente Aefi
Rodolfo Lopes Pegna
Per ammodernare il settore
bisogna sconfiggere
la politica del campanile



Rodolfo Lopes Pegna

PATRIZIA ROMAGNOLI

■ RIMINI. Il primo dato che salta agli occhi è un numero: in Italia si svolgono 700 fiere all'anno, mentre in Francia e Germania messe assieme se ne svolgono 400. Competizione tra campanili, sussidi pubblici, principalmente attraverso gli enti locali, ipervalutazione degli effetti economici indotti, hanno fatto dell'Italia un megamercato in cui convivono gran classe e paccottiglia. In realtà, però, sono solo una dozzina gli autentici poli fieristici italiani, per superficie espositiva, numero di manifestazioni di importanza internazionale e quantità di visitatori. I principali sono gestiti da Eni Fiera, i cui rappresentanti partecipano all'Aefi, l'associazione enti fieristici italiani, il cui presidente è Rodolfo Lopes Pegna.

La classifica dei più importanti vede in testa Milano, leader per superficie e per numero di visitatori, seguita da Bologna, Verona, Bari, Genova, Napoli, Padova, Rimini, Parma, Udine e Piacenza. Una prima osservazione è che Roma, pur capitale, non ha un polo fieristico adeguato alle sue grandi potenzialità. A Roma, risulta, non è stato ancora trovato un presidente di gradimento generale, altro esempio della difficoltà di ordine politico-economico connesse alla gestione di un polo fieristico. Non a caso, sono pochi gli enti fieristici che possono vantare un bilancio in attivo grazie alla loro autentica attività di gestori di servizi. La dispersione provoca evidenti diseconomie. In più c'è la crisi del modello fieristico. L'esposizione-pura e semplice non tiene più. «Le campionarie furono inventate dal Re di Prussia nell'800 per dimostrare al mondo la potenza produttiva della nazione germanica - osserva il presidente dell'Aefi - e in questi termini sono superate, tanto è vero che la stessa campionaria di Milano, pur importante, cerca di darsi un nuovo look. Si può quindi facilmente prevedere che fino al Duemila si svilupperanno

esclusivamente le fiere settoriali, con un'ulteriore segmentazione in subsettori. Ma l'iperspecializzazione non rischia di restringere ulteriormente gli spazi e le potenzialità espositive? Bisogna fare un distinguo tra vocazione e specializzazione. Se diciamo che Torino è città vocata alle manifestazioni legate all'industria automobilistica diciamo il vero, e i risultati di Torino Esposizioni sono positivi. In altri casi si può stabilire una vocazione, come tra Parma e l'industria alimentare, e non centrare ugualmente l'obiettivo, per una serie di motivi diversi. Oggi non è esclusivamente la specializzazione a fare il successo di una fiera, ma la professionalità con cui essa si presenta.

La professionalità è certamente elemento importante, ma c'è chi mette in discussione l'utilità stessa delle fiere, dal momento che la stessa telematica ha facilitato i contatti commerciali. Qual è il senso della fiera oggi? Anzitutto l'Italia è un Paese fortemente vocato all'export - risponde Rodolfo Lopes Pegna - e le singole aziende per presentarsi sui mercati internazionali dovrebbero investire ben più mezzi di quelli necessari a partecipare alle fiere. Piuttosto bisogna ragionare sui nuovi servizi per informatizzare i quartieri, almeno nei poli di grandi dimensioni. Ad esempio, si possono prevedere incontri videoregistrati via satellite tra espositore e cliente estero, oppure «legamenti diretti tra il box dell'azienda e la sede dell'azienda», o ancora la consultazione di cataloghi elettronici. L'informatizzazione dovrà toccare anche aspetti organizzativi interni, come l'identificazione dei visitatori tramite tessere magnetiche plurisuso, e così via.

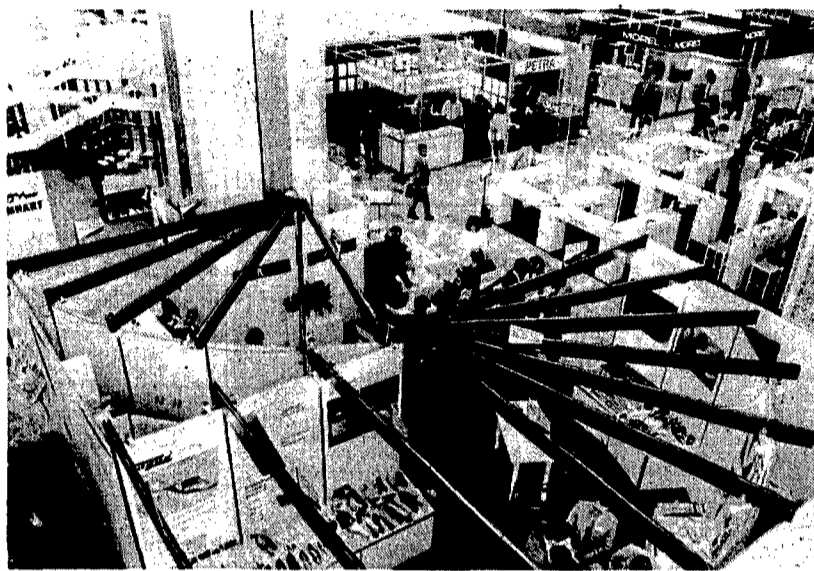
Ma quanti sono i quartieri fieristici attrezzati in questo senso, con tutti gli in-

vestimenti che questi servizi comportano?

Qualche cosa si sta già facendo, ad esempio, qui a Rimini (Lopes Pegna presiede l'Ente Fiera riminese, ndr). Ma per intervenire seriamente occorrono investimenti consistenti, senza contare quelli necessari per adeguare la maggior parte dei padiglioni esistenti alla normativa antincendio e per la sicurezza. Il fatto è che le risorse sono disperse. Bisognerebbe sottrarre buona parte all'arbitrio dei Comuni e delle Province che tuttora le gestiscono in modo municipalistico, e che il Governo porti avanti il disegno di legge per il finanziamento destinato al rinnovo dei quartieri fieristici. Sono 480 miliardi in cinque anni e mancano ancora le leggi di spesa.

480 miliardi non sono molti, se si pensa al numero dei quartieri fieristici presenti in Italia. Se verranno erogati a pioggia, nessuno riuscirà ad ammodernarli realmente...

Si torna al problema del numero. Il fatto è che ogni campanile possiede qualche suo «trionfo» nelle commissioni nazionali che decidono. Di questo passo arriveremo alla liberalizzazione dei mercati nel 1992 con il dannoso affollamento attuale. Sarebbe utile che la commissione ministeriale, attualmente in fase di revisione, definisse una volta per tutte i poli a valenza realmente internazionale, sulla base del numero di manifestazioni con espositori stranieri e del numero di visitatori stranieri provati, senza barare. E, a mio avviso - conclude Lopes Pegna - gli enti fieristici sono gli interlocutori principali per un simile riordino. Solo loro hanno dimensioni e professionalità adeguate per gestire le fiere del futuro. Proprio perché credo che la loro funzione di punto di incontro reale tra domanda e offerta non cesserà con l'avvento dell'informatizzazione prossima ventura...



■ Vendere, comprare o, semplicemente, guardare. È l'arte antica del mercato che alla vigilia del Duemila trova soprattutto nelle fiere la sua dimensione più moderna. Oggi, infatti, le grandi rassegne specializzate non sono soltanto un momento di scambio, un'occasione per cercare clienti o nuovi fornitori. Né sono soltanto un insostituibile osservatorio per le tendenze di mercato e quindi occasione importante offerta agli operatori per verificare strategie commerciali e produttive. Parallelamente allo sviluppo delle mostre specializzate, organizzare una fiera è sempre più una scommessa culturale dove spesso anche la spettacolarità gio-

ca un ruolo fondamentale. Ma c'è di più. Con l'aumentare dell'importanza delle fiere sono ormai una potente cinghia di trasmissione per lo sviluppo dell'economia. Un ruolo che si manifesta in chiave locale e nazionale. Basti pensare, nel primo caso, alle moltissime - forse troppe - fiere che vengono organizzate anche nei comuni più piccoli per valorizzare alcune produzioni tipiche. Ma come dimenticare quello sorprendente effetto ha avuto il «matrimonio» tra fiere e moda per far affermare in tutto il mondo lo stile italiano? Certo, lo sviluppo si accompagna ai successi ma anche ai problemi. La qualificazione dei servizi, ad esempio,

per stare al passo con le fiere dei più importanti Paesi stranieri (dell'Europa occidentale e d'Oltreoceano) e per offrire sostegno logistico ai compratori esteri oltre che a quelli italiani; oppure, più modestamente, l'ammodernamento degli impianti talvolta obsoleti, vecchi e irrazionali rispetto alle moderne esigenze degli espositori; e, ancora, la ricomposizione di politiche concorrenziali che in alcuni casi sono diventate controproducenti per tutti, compreso gli enti interessati. Problemi complessi che richiedono strategie precise e investimenti. E alla loro soluzione non sono interessati solo gli enti fieristici bensì gran parte dell'economia italiana.



La tensostruttura, simbolo della Fiera di Milano

La grande fiera della Madonnina

■ MILANO. La Grande Fiera d'Aprile, che si svolge dal 16 al 25 aprile nel quartiere fieristico milanese, giunge quest'anno alla terza edizione. Aperta al pubblico (dalle 10 alle 19) è «figlia» della vecchia Campionaria. In comune con essa conserva il carattere di esposizione di prodotti industriali e artigianali di 54 settori merceologici. Vetrina del «made in Italy», dunque, ma anche occasione di incontro per gli operatori economici con essa conserva il carattere di esposizione di prodotti industriali e artigianali. I paesi stranieri ufficialmente presenti saranno circa ottanta. E anche la Comunità europea rafforzerà la sua partecipazione presentando le opportunità offerte dalle leggi comunitarie, ignorate dal 90% delle aziende italiane.

Promemoria per le mostre del mese

Fieragricola, a Verona il verde di tutto il mondo

esteri presentano una panoramica dei prodotti veterinari, mangimi, macchinari e impianti per la zootecnica affiancati da un salone delle nuove tecniche. Lo scorso anno espongono 2490 rappresentanti delle industrie del settore fra cui 382 esteri in rappresentanza di 25 Paesi. La mostra è aperta al pubblico dalle 8.30 alle 19.

Fiera internazionale dell'agricoltura e della zootecnica. Dal 13 al 20 marzo nel quartiere fieristico di Verona, appuntamento annuale con una delle più qualificate rassegne del settore. Espositori italiani ed esteri presentano una panoramica dei prodotti veterinari, mangimi, macchinari e impianti per la zootecnica affiancati da un salone delle nuove tecniche. Lo scorso anno espongono 2490 rappresentanti delle industrie del settore fra cui 382 esteri in rappresentanza di 25 Paesi. La mostra è aperta al pubblico dalle 8.30 alle 19.

■ Dal 17 al 20 marzo nel quartiere fieristico di Bari si svolgono in contemporanea manifestazioni fieristiche sul tema del tempo libero. L'Expo-camping dedica ai caravan, le case mobili, tende e attrezzature del tempo libero; il Salone internazionale del Turismo; Expo-artigianato, Expo-musica, il Salone specializzato degli articoli da regalo, il Salone della nautica, impiantistica sportiva, auto, ciclo e motociclo e la Mostra nazionale filatelica e numismatica. L'ingresso è aperto al pubblico.

Expo Levante, a Bari è di scena il tempo libero

da campeggio e case prefabbricate, il Salone internazionale del tempo libero; il Salone internazionale del Turismo; Expo-artigianato, Expo-musica, il Salone specializzato degli articoli da regalo, il Salone della nautica, impiantistica sportiva, auto, ciclo e motociclo e la Mostra nazionale filatelica e numismatica. L'ingresso è aperto al pubblico.

Saldue, edilizia architettura arredo urbano

urbano, pavimento e rivestimenti, serramenti. Vi è inoltre un settore dedicato al recupero edilizio e alla manutenzione degli edifici e un salone per le tecnologie e i sistemi. La mostra è aperta al pubblico, l'orario di visita, dalle 9 alle 18. Lo scorso anno l'esposizione è stata visitata da 120.935 persone di cui 3095 provenienti da Paesi esteri.

Mostra edilizia di primavera. La mostra, a Bologna, nel quartiere fieristico, dal 16 al 20 marzo. Il Salone comprende com- ponenti edilizie e finiture, architettura d'interni, arredo

urbano, pavimento e rivestimenti, serramenti. Vi è inoltre un settore dedicato al recupero edilizio e alla manutenzione degli edifici e un salone per le tecnologie e i sistemi. La mostra è aperta al pubblico, l'orario di visita, dalle 9 alle 18. Lo scorso anno l'esposizione è stata visitata da 120.935 persone di cui 3095 provenienti da Paesi esteri.

Itallavacanze la proposta per il turismo

vans, carrelli tenda, campers, accessori per caravan e campeggi, casette prefabbricate, bungalow, case mobili, imbarcazioni e accessori nautica. Presso la mostra è possibile informarsi su enti e organizzazioni per la promozione del turismo. La frequenza della manifestazione è annuale, l'ingresso è aperto al pubblico, la rassegna ha carattere esclusivamente nazionale.

La rassegna delle vacanze e del turismo all'aria aperta, si terrà a Milano, presso il Parco esposizioni di Novegno, (in prossimità dell'aeroporto di Linate) dal 19 al 27 marzo. In esposizione: caravan, autocaravan, campers, accessori per caravan e

vans, carrelli tenda, campers, accessori per caravan e campeggi, casette prefabbricate, bungalow, case mobili, imbarcazioni e accessori nautica. Presso la mostra è possibile informarsi su enti e organizzazioni per la promozione del turismo. La frequenza della manifestazione è annuale, l'ingresso è aperto al pubblico, la rassegna ha carattere esclusivamente nazionale.

Romaufficio, tecnologie per lo studio

di 32.600 metri quadrati saranno esposti i nuovi mezzi per l'organizzazione aziendale: macchine, sistemi, attrezzature. La manifestazione ha una frequenza annuale, è riservata agli operatori del settore; l'orario di apertura è dalle 9.30 alle 19; gli espositori della passata edizione erano 200 e si sono registrati 51.180 visitatori.

Mostra delle nuove tecnologie per l'azienda, lo studio professionale, la pubblica amministrazione, il salone, a carattere nazionale, si terrà a Roma dal 24 al 28 marzo nel quartiere fieristico. Su una superficie

di 32.600 metri quadrati saranno esposti i nuovi mezzi per l'organizzazione aziendale: macchine, sistemi, attrezzature. La manifestazione ha una frequenza annuale, è riservata agli operatori del settore; l'orario di apertura è dalle 9.30 alle 19; gli espositori della passata edizione erano 200 e si sono registrati 51.180 visitatori.

Expo-arte, cinque giorni di rassegna internazionale

la superficie espositiva è di 50.000 metri quadrati, l'ingresso aperto al pubblico. Per cinque giorni in questo spazio viene ospitata la produzione artistica internazionale rappresentata da più di 250 espositori. All'interno della manifestazione è previsto il premio speciale «Rassegna internazionale delle Accademie di Belle Arti».

Fiera internazionale di arte contemporanea, dal 9 al 13 marzo, presso il quartiere fieristico di Bari. L'esposizione comprende tutti i settori dell'arte contemporanea. La frequenza della manifestazione è annuale.

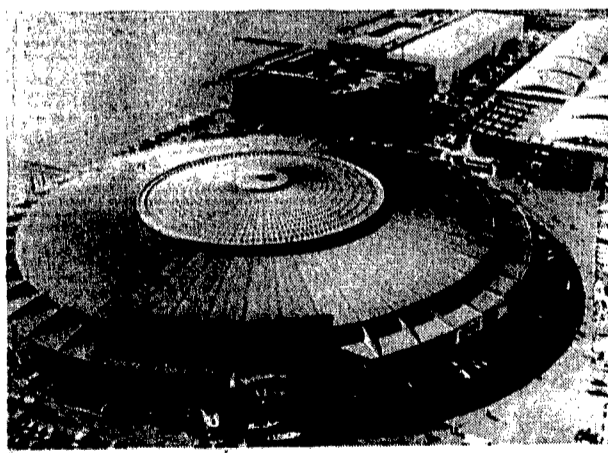
la superficie espositiva è di 50.000 metri quadrati, l'ingresso aperto al pubblico. Per cinque giorni in questo spazio viene ospitata la produzione artistica internazionale rappresentata da più di 250 espositori. All'interno della manifestazione è previsto il premio speciale «Rassegna internazionale delle Accademie di Belle Arti».

Impack-Ima '88 l'appuntamento di 1500 aziende

co di Milano. La mostra si estende su una superficie di 170.000 metri quadrati; circa 1500 espositori italiani ed esteri presenteranno macchine, materiali e impianti per l'imballaggio e il confezionamento destinato all'industria alimentare. Un appuntamento triennale fra i più qualificati del settore.

Mostra internazionale imballaggio e confezionamento, trasporti industriali interni, macchine per industria alimentare. Riservata agli operatori, l'esposizione resterà aperta dal 24 al 29 marzo nel quartiere fieristico di Milano. La mostra si estende su una superficie di 170.000 metri quadrati; circa 1500 espositori italiani ed esteri presenteranno macchine, materiali e impianti per l'imballaggio e il confezionamento destinato all'industria alimentare. Un appuntamento triennale fra i più qualificati del settore.

co di Milano. La mostra si estende su una superficie di 170.000 metri quadrati; circa 1500 espositori italiani ed esteri presenteranno macchine, materiali e impianti per l'imballaggio e il confezionamento destinato all'industria alimentare. Un appuntamento triennale fra i più qualificati del settore.



Al Bibe riflettori accesi su olio e vino

Altri servizi in penultima

■ GENOVA. Settantaquattro metri quadrati di mostra, 815 espositori in rappresentanza di 25 paesi, 15 collettive regionali. Sono alcune cifre del Bibe-Interfood, rassegna internazionale dei prodotti e dei servizi per le bevande e l'alimentazione, in corso da sabato alla Fiera di Genova. Questo 18° Bibe-Interfood si caratterizza per il Salone del Debutto, uno spazio dedicato per la prima volta esclusivamente ai vini nuovi e per l'avvio di una grande campagna di valorizzazione dell'olio di

oliva. Campagna che culminerà domani mattina, al Fieracongressi, con un simposio dedicato «all'olio di oliva e la salute». Sono alcune cifre del Bibe-Interfood, rassegna internazionale dei prodotti e dei servizi per le bevande e l'alimentazione, in corso da sabato alla Fiera di Genova. Questo 18° Bibe-Interfood si caratterizza per il Salone del Debutto, uno spazio dedicato per la prima volta esclusivamente ai vini nuovi e per l'avvio di una grande campagna di valorizzazione dell'olio di

Genova, nel regno di Bacco 11 mila bottiglie «giovani»

Record al Salone del debutto:
tremila assaggi in un giorno
I vini dell'ultima vendemmia
all'esame degli operatori
in una mostra-novità

PIERLUIGI CHIGGINI

■ GENOVA. Il Salone del debutto galleggia su undici metri e sedici bottiglie di vino. È un oceano biondo e vermiglio che ha per tritoni i compassati e professionali sommelier dell'Ais, e per pescatori un pubblico selezionato che ordina, assaggia, commenta e - spesso - chiede di incontrare il produttore per concordare qualche fornitura. Pubblico selezionato, nel senso che il Salone del debutto è rigorosamente riservato agli operatori: manca nella sola giornata di domenica si sono contati ben tremila assaggi, e in due giorni sono stati sottoscritti 637 cartoncini di richiesta contatto. Un successo indiscutibile, an-

zi assolutamente al di là delle previsioni. 11.016 bottiglie, 457 vini, 176 produttori, e 93 tipologie: se ne fosse arrivata solo la metà, la Fiera di Genova sarebbe stata più che soddisfatta. Il Salone del debutto, nato da un'idea di Pino Khalil, viene presentato come una «novità di livello europeo»: sicuramente è la prima volta che ai vini italiani dell'ultima vendemmia viene offerta una sede di presentazione e di confronto così vasta, a beneficio del rapporto diretto tra case produttrici e utilizzatori. La risposta di questi giorni dimostra non solo che del Sa-

lone c'era bisogno (la manifestazione ha sicuramente un grosso futuro, ed è prevedibile il moltiplicarsi delle imitazioni), ma che la produzione nazionale avverte il bisogno sempre maggiore di valorizzare sul piano della qualità, ed è ormai pronta per un work shop esteso agli operatori europei.

Il salone è ricavato su una superficie di mille metri quadrati, nel padiglione C del Bibe, dove i vini sempre un po' effervescenti della Fier agguantano smorzati. La direzione tecnica è affidata ai sommelier professionisti Franco Tommasi Marchi e Silvio Peri. L'allestimento è sobrio, di una eleganza misurata: moquette rossa, scaffali in legno laccato, specchi e vetrine fumé, sedie e tavoli bianchi, un bancone refrigeratore di venti metri che può contenere 450 bottiglie, tutte numerate e allineate in altrettante cellette a vista.

Sono presenti vini a denominazione di origine controllata, a indicazione geografica, o semplicemente da tavola, di quasi tutte le regioni italiane. Bianchi, rossi, rosati, spumanti con un'unica caratteristica in comune: essere destinati al consumo entro la fine del prossimo anno. Tutte le case, grandi e piccole, partecipano gratuitamente. Per entrare nel Salone, il visitatore deve qualificarsi alla reception, dove riceve un tesserino e un catalogo dei vini, in degustazione. Ad ogni vino corrisponde un numero. Ammettiamo che il visitatore voglia mettere a confronto quattro bottiglie diverse: ad un apposito banco si farà consegnare i bicchieri, ciascuno con il numero corrispondente ai vini prescelti, e quindi si avvicinerà al «Wine bar», dove officiano i sommelier con il taster e l'impugnabile divisa, perché vengano versati gli assaggi richiesti. Poi un tavolino, la degustazione «meditata», meglio se in compagnia, l'eventuale scelta e un ultimo minuto per compilare la richiesta di contatto, punto di partenza della trattativa commerciale. Sui risultati economici ne sapremo di più fra qualche settimana. Le premesse, però, sono allettanti.

l'Unità

Martedì
8 marzo 1988

25