

## LE FIERE E L'ECONOMIA DELL'ESPERIENZA

Prima edizione dell'apertura dell'anno fieristico 2007-2008, imprese e istituzioni a confronto. Roth: sapremo innovare lo strumento fieristico insieme al capitalismo italiano piccolo, medio e grande; intanto siamo pronti per l'Expo 2015.

Milano, 10 settembre 2007 - In Italia c'è un «neocapitalismo», sano, lungimirante e trainante che può trovare nello strumento "fiera", rinnovato nella forma e nella sostanza, luogo ed evento di esperienza e di rappresentazione, una chiave importante per lo sviluppo e la competitività sul mercato globale.

È questa una delle principali indicazioni emerse dal convegno *L'economia dell'esperienza. Le fiere alla prova del mercato globale*, svoltosi oggi nell'ambito dell'apertura dell'anno fieristico 2007-2008 promossa da Fondazione Fiera Milano e Fiera Milano Spa, prima edizione di un appuntamento che intende rilevare annualmente, da un punto privilegiato di osservazione, lo stato di salute dell'imprenditoria italiana e dell'economia di scambio.

Nell'ultimo anno i padiglioni di Fieramilano hanno ospitato 88 eventi espositivi (per un totale di oltre 2 milioni di metri quadrati netti venduti), quasi 6 milioni di visitatori e 32.400 espositori, dei quali oltre 25.000 italiani. Fra questi, nei settori più tipici del *made in Italy*, si contano 5.235 aziende del sistema moda, 8.086 imprese di tecnologia e meccanica strumentale e 1.839 del sistema design-arredamento.

I dati confermano la vitalità dello strumento "fiera", che regge la prova della globalizzazione e delle numerose opportunità offerte dal web, proprio per il suo valore relazionale e di esperienza sul campo. Ma come ha sottolineato **Luigi Roth**, presidente di Fondazione Fiera Milano, necessita di uno sforzo di trasformazione e rinnovamento che mette in gioco tutti gli attori della filiera; per questo, già negli scorsi mesi, è stata avviata una riflessione sul futuro dello strumento fieristico, attraverso incontri con alcune eccellenze della piccola e media impresa nei bacini territoriali di Milano, Treviso, Bari, Firenze, e Ancona. Appuntamenti che hanno confermato la straordinaria vitalità del «neocapitalismo italiano», che deve poter contare su strumenti e supporti adeguati per sviluppare la sua capacità competitiva.

I lavori del convegno, aperti dall'intervento del presidente della Regione Lombardia, **Roberto Formigoni** e dai saluti dell'assessore provinciale alle Attività Economiche, **Ezio Casati** e dei sindaci dei Comuni di Rho e Pero, **Roberto Zucchetti** e **Luciano Maneggia**, si sono articolati in due sessioni, le cui conclusioni sono

state affidate a **Roberto Pinza**, viceministro dell'Economia e delle Finanze.

Nella prima sessione, dedicata a *L'apertura dei mercati: il nuovo assetto dell'economia di scambio*, **Mario Baldassarri**, economista e senatore della Repubblica, ha indicato nel generale riallineamento dei tassi di cambio e nella spinta alla domanda interna di Cina e Europa non solo una soluzione per dare equilibrio all'economia mondiale dal punto di vista finanziario, ma anche la miglior soluzione dal punto di vista specifico di ogni continente. Sul tema sono intervenuti **Duccio Campagnoli**, coordinatore settore fieristico Conferenza Regioni e Province Autonome, **Roberto Mazzotta**, presidente Banca Popolare di Milano, **Ermete Realacci**, presidente Symbola-Fondazione per le Qualità Italiane.

Per **Aldo Bonomi**, sociologo e direttore Consorzio A.a.ster, che ha introdotto la seconda sessione, dedicata a *Lo strumento fiera: a monte o a valle del sistema produttivo?* la capacità di successo degli eventi fieristici rimanda alla qualità delle reti, logistiche, universitarie, di comunicazione, di accoglienza e di conseguenza alla necessità che le fiere consolidino il loro posizionamento di autonomie funzionali e favoriscano l'implementazione di questo sistema al servizio della competizione delle imprese. Da questo punto di vista Fiera Milano deve evolvere con il sistema produttivo italiano facendosi promotore e organizzatore di un più ampio flusso di comunicazione e scambio con l'utente-cliente finale.

L'amministratore delegato di Fiera Milano Spa, **Claudio Artusi** ha raccolto la sfida: siamo consapevoli che il valore aggiunto che la Fiera Milano può e deve offrire alle aziende si basa sempre di più sulla comunicazione, immagine, reputazione, e ancora internazionalizzazione e integrazione col territorio, e non solo sull'offerta di spazi e servizi fieristici. Un nuovo valore che si costruisce dialogando con le imprese, facendo sistema con gli altri enti fieristici italiani e rinnovando lo stesso approccio allo strumento fieristico: da servizio a *esperienza, da prodotto a palcoscenico*.

Alla tavola rotonda hanno partecipato **Laura Iris Ferro**, amministratore delegato Gentium, **Piero Gnudi**, presidente Enel, **Stefano Parisi**, amministratore delegato Fastweb, **Dario Rinero**, presidente Coca Cola HBC Italia, **Gianmario Tondato da Ruos**, amministratore delegato Autogrill, **Marco Tronchetti Provera**, presidente Pirelli & C, **Jochen Witt**, presidente Unione Fiere Internazionali.

Il convegno è stato anche l'occasione per sottolineare il ruolo di Fiera Milano nella candidatura della città **all'EXPO 2015**: l'area di Rho-Pero, infatti, sarà interessata da un progetto di valorizzazione su circa 500 mila metri quadrati di proprietà di Fondazione Fiera Milano, ai quali si aggiungono i padiglioni 1 e 2 e i 60 mila metri quadrati di area espositiva all'aperto.

L'apertura dell'anno fieristico 2007-2008 è cominciata ieri sera a Fieramilano Rho con un momento di festa che ha visto la partecipazione di oltre 800 persone.

**Per ulteriori informazioni:**

Fondazione Fiera Milano - Comunicazione e Relazioni Esterne

**Roberto De Giorgis 335.7243146**

**[roberto.degiorgis@fondazionefieramilano.it](mailto:roberto.degiorgis@fondazionefieramilano.it)**

**[www.fondazionefieramilano.it](http://www.fondazionefieramilano.it)**