

*Atti del Convegno / Tavola Rotonda*

# PROMUOVERE IL SISTEMA FIERISTICO-CONGRESSUALE NEL TERRITORIO E PER IL TERRITORIO

**Venerdì, 27 marzo 2009**  
**Auditorium Palazzo della Provincia di Torino**  
**Corso Inghilterra 7/9, Torino**



Organizzato da:



Direzione Commercio, Sicurezza e Polizia Locale  
Settore Promozione Commerciale del Sistema  
Produttivo - Fiere e Centri Fieristici  
Piazza Nizza 44 - 10126 Torino

Segreteria organizzativa:

**Expofairs**.com

PIANETA srl  
Via A. Sismonda 32 - 10145 Torino  
Tel. 011747600 • Fax 011747294  
email [segreteria@expofairs.com](mailto:segreteria@expofairs.com)  
[www.expofairs.com](http://www.expofairs.com)



**Media Partner:** Allestire • GMF Guida Mondiale delle Fiere • il commercio • IMAGO shop&fair • PRISMA

# PROMUOVERE IL SISTEMA FIERISTICO-CONGRESSUALE NEL TERRITORIO E PER IL TERRITORIO

Venerdì, 27 marzo 2009

Auditorium Palazzo della Provincia di Torino  
Corso Inghilterra 7/9, Torino



09.00 Registrazione partecipanti. Caffè di benvenuto

09.30 Saluti

**Antonio Saitta**, presidente Provincia di Torino

**Mercedes Bresso**, presidente Regione Piemonte

Inizio lavori

**Luigi Sergio Ricca**, assessore al Commercio e fiere Regione Piemonte

**Giovanni Paparo**, presidente Assofiere

**Francesca Golfetto**, condirettore CERMES-Bocconi

**Raffaele Cercola**, presidente AEFI

**Pierpaolo Vaj**, presidente ASAL Assoallestimenti

**Duccio Campagnoli**, assessore Attività produttive Regione Emilia-Romagna

**Alessandro Altamura**, assessore al Commercio, Turismo Comune di Torino

**Claudio Artusi**, amministratore delegato Fiera Milano spa

Conduce **Carlo Cerrato**, capo redattore centrale TGR Piemonte

13.00 Colazione a buffet

14.00 Tavola rotonda con operatori del settore fieristico

**Guido Bono**, presidente Expo Piemonte

**Livio Besso Cordero**, presidente Turismo Torino e Provincia

**Fabrizio Gatti**, consigliere GTA - Unione Industriale Torino

**Lorenzo Livrieri**, direttore compartimentale movimento Piemonte VdA RFI

**Andrea Varnier**, direttore generale Lingotto Fiere srl

Modera **Marco Cavaletto**, direttore regionale al Commercio

16.00 Fine lavori

Organizzato da:



Direzione Commercio, Sicurezza e Polizia Locale  
Settore Promozione Commerciale del Sistema  
Produttivo - Fiere e Centri Fieristici  
Piazza Nizza 44 - 10126 Torino

Segreteria organizzativa:

**Expofairs.com**

PIANETA srl  
Via A. Sismonda 32 - 10145 Torino  
Tel. 011747600 • Fax 011747294  
email [segreteria@expofairs.com](mailto:segreteria@expofairs.com)  
[www.expofairs.com](http://www.expofairs.com)



Carlo Cerrato: *Buongiorno e benvenuti a tutti, possiamo dare inizio ai lavori di questo Convegno/Tavola Rotonda sul tema "Promuovere il sistema fieristico-congressuale nel territorio e per il territorio", un tema di estremo interesse in questo momento di grave crisi economica in cui si guarda a 360 gradi per trovare strategie nuove per accelerare l'uscita da questo momento particolare.*

*Darei la parola alla Presidente della Regione Piemonte, Mercedes Bresso, per un saluto e una introduzione di questi lavori. A Lei Presidente.*

**Mercedes BRESSO,  
presidente Regione Piemonte**

**G**razie per l'ospitalità in questa bella sede della Provincia di Torino. Credo che sia importante questo Convegno promosso insieme ai diversi soggetti che operano, oltre all'ingegner Paparo e alla sua Rivista Prisma, insieme ai diversi soggetti che operano nel campo delle attività fieristico-congressuali. Come tutti sapete, la Regione Piemonte e l'area torinese, ma non solo, stanno puntando molto sul turismo fieristico-congressuale, che ha avuto tassi di crescita buoni nella nostra Regione e rappresenta una delle componenti importanti del turismo. La nostra Regione è una Regione, sicuramente l'unica in Italia e forse una delle poche in Europa, che anche in momenti di crisi e in un contesto di tendenza alla flessione del turismo nel nostro Paese ha invece

tassi positivi di crescita anche importanti che nei prossimi giorni avremo modo di illustrare. Ovviamente dentro queste componenti turistiche diverse i tassi di crescita sono diversi, ma un po' tutte le diverse attività turistiche sono in crescita. È però evidente che per un territorio come il nostro, che ha un importante patrimonio oltre alla città d'arte principale Torino, di città d'arte, laghi, montagna, tutti luoghi dove le diverse attività fieristico-congressuali possono svilupparsi bene, che ha luoghi importanti anche di attività concentrate che possono alimentare delle attività fieristiche, pensiamo ad esempio al nuovo centro di Valenza, una struttura espositiva importante

che può concentrare la propria attività intanto sul settore della gioielleria, ma che poi offre degli spazi aggiuntivi anche per altre attività. Si potrebbe continuare perché molte sono le attività fieristiche nella nostra Regione.

Il perno è però l'area torinese anche grazie alla crescita delle strutture disponibili che è seguita alle Olimpiadi e alle realizzazioni che le Olimpiadi hanno lasciato in termini di strutture. Sapete che recentemente nella gara per l'attribuzione dell'Oval, la gara è andata bene, si è rafforzato il polo fieristico del Lingotto con una struttura di notevoli potenzialità come l'Oval, che è enorme e senza ostacoli strutturali, come altre parti del Lingotto invece, per la loro storia d'uso precedente, presentano. Quindi il polo torinese si è molto rafforzato, è noto che invece, anche a seguito della decisione di utilizzo della struttura congressuale del Lingotto da parte della Fiat, si sta lavorando a una



*Mercedes Bresso e Giovanni Paparo*



ipotesi congressuale di rafforzamento del sistema congressuale, delle strutture per i congressi; servono sia una crescita delle strutture intermedie, diciamo per i medi congressi, servono anche strutture per i grandi congressi e su questo le istituzioni stanno ragionando insieme agli operatori per individuare delle soluzioni che coprano il medio e il lungo termine perchè un investimento importante richiede del tempo, ma si possono trovare soluzioni intermedie che intanto rispondano ad una domanda che è sicuramente in crescita. È chiaro che in momento di crisi, probabilmente anche il turismo sia congressuale che fieristico conoscerà qualche momento di flessione ma noi ci dobbiamo attrezzare per rispondere a un trend, il trend è sicuramente quello, è sicuramente crescente, anche se in momenti di difficoltà economica per forza di cose ci sono dei flessi, tuttavia per il momento nella nostra Regione noi non li stiamo ancora veramente conoscendo e ci auguriamo di riuscire, sulla base di un trend positivo di crescita, a superare senza troppi danni il flesso della crisi economica.

Per quanto ci riguarda, ma poi ne parlerà l'Assessore Ricca, noi abbiamo recentemente approvato la nuova legge regionale e il suo regolamento attuativo

che regola la promozione e lo sviluppo del sistema fieristico piemontese. Credo che tra i temi che questo convegno potrà discutere c'è proprio quello di come rafforzare il sistema della promozione che non sia, come ancora spesso è, molto parcellizzato, ogni struttura o centro fieristico-congressuale promuove sé stesso, certamente il Convention Bureau nell'area torinese ha cominciato a razionalizzare, ma credo che il tema sia come, anche dal punto di vista fieristico vero e proprio, coordinare le diverse iniziative dal punto di vista promozionale, poi ognuno ovviamente organizza le proprie, ma come promuoviamo il sistema e non solo le singole attività e le singole strutture, anche per quella necessaria razionalizzazione che in momenti di difficoltà economica è ovviamente opportuna. Se promuoviamo tutto insieme, poi sono territori diversi, dimensioni, potenzialità diverse e ogni manifestazione e ogni struttura incontrerà la propria domanda però la promozione congiunta credo sia molto importante, anche perché oramai grazie a tutti gli sforzi che tutti insieme abbiamo fatto il Piemonte è considerato area attrattiva sia per la qualità delle strutture disponibili sia per la sua capacità organizzativa anche di eventi molto rilevanti,

capacità organizzativa di qualità molto rodata e visibilmente elevata e efficiente. Credo sia importante ragionare tutti insieme su come queste qualità, che da chi viene e utilizza le nostre strutture ci sono riconosciute, siano però fatte conoscere meglio al grande pubblico e nella promozione siano fatte conoscere per quanto riguarda il sistema fieristico, agli espositori potenziali e a tutti coloro che sono gli utenti delle iniziative che si prendono.

Mi auguro che da questa iniziativa nasca una valutazione della nuova legge e del suo regolamento, ma anche un ragionamento su questo aspetto della promozione congiunta di tutto il nostro sistema fieristico/-congressuale. Anche mettere insieme queste due attività è importante, perché come sappiamo oramai i grandi congressi hanno anche elementi di fiere, tutte le grandi fiere hanno una grande attività congressuale, diventa sempre più labile la distinzione, il grande congresso medico ha anche la fiera dei prodotti, la grande manifestazione fieristica per forza di cose, propone una serie di attività congressuali. Tenere tutto insieme e ragionare sul complesso e sull'insieme delle strutture che noi possiamo mettere in campo credo sia di grande importanza.

Grazie, buon lavoro a tutti quanti, io dovrò andare via, ma l'Assessore Ricca coglierà le suggestioni in modo da far sì che le parole diventino, sedimentino delle proposte e delle iniziative concrete da parte di tutti noi.

Carlo Cerrato: *Grazie alla Presidente della Giunta Regionale Mercedes Bresso per il suo saluto introduttivo e per le indicazioni che ha già portato, e per gli indirizzi che assumerà questo convegno, che adesso direi di aprire secondo il programma, dando alcune indicazioni.*

*Qui Vi presento intanto i partecipanti a questa tavola rotonda: interverrà adesso*

*il Dott. Luigi Sergio RICCA, assessore al Commercio e fiere della Regione Piemonte, poi*

*l'Ing. Giovanni PAPARO, presidente Assofiere*

*la Prof.ssa Francesca GOLFETTO, condirettore del Centro Ricerche sui mercati e settori industriali dell'Università Bocconi di Milano*

*il Prof. Raffaele CERCOLA, presidente AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane e presidente della Mostra d'Oltremare di Napoli*

*il Rag. Pierpaolo VAJ, presidente di ASAL Assoallestimenti*

*il Dott. Alessandro ALTAMURA, assessore al Commercio, Turismo del Comune di Torino*

*l'Ing. Claudio ARTUSI, amministratore delegato della Fiera di Milano Spa. tra l'altro torinese, al quale chiederemo anche delle suggestioni su questo MiTo, che continua, ma potrebbe essere molto meno MiTo.*

*Non partecipa ai lavori, per impegni improvvisi, e se ne scusa con un messaggio, il dott. Duccio Campagnoli, assessore alle attività produttive della Regione Emilia-Romagna*

*Nel pomeriggio si proseguirà con la tavola rotonda.*

*Darei subito la parola all'assessore al Commercio e alle fiere della Regione Piemonte, Luigi Sergio Ricca, dando questa indicazione, possiamo fare un giro di 10-15 minuti al massimo del primo intervento di tutti relatori, poi lascerei un po' di spazio se ci sono degli stimoli dalla sala e poi chiuderei con un secondo giro dei relatori.*

*Allora, Assessore, a Lei la parola.*

### **Luigi Sergio RICCA, assessore al Commercio e fiere Regione Piemonte**

**I**nanzitutto rivolgo il mio saluto a tutti voi, il benvenuto che aggiungo a quello della presidente Bresso con il saluto e il ringraziamento a quanti hanno dato la disponibilità a essere relatori in questo contesto e a quanti hanno dato un contributo significativo

Con l'approvazione della legge 31 del 28 novembre 2008, la Regione Piemonte ha posto mano a un rinnovamento sostanziale del supporto che può essere offerto alla crescita del sistema fieristico. L'evoluzione della nostra normativa ha seguito i cambiamenti a livello nazionale ed europeo ed ora ha posto al centro dell'attenzione la capacità imprenditoriale cui il contributo pubblico fornisce il giusto apporto.

In un contesto sempre più globalizzato le fiere rappresentano un risorsa chiave per l'economia ed un importante nodo di scambio per prodotti, tecnologie e servizi: uno strumento di promozione commerciale per le imprese, indispensabile

per la loro crescita ed internazionalizzazione, ma anche una componente attrattiva, una chiave di valorizzazione del territorio dal punto di vista culturale, turistico ed economico.

La nostra legge, a distanza di oltre 20 anni dalla precedente, risponde a quelle esigenze di snellimento, di semplificazione, di trasparenza che renderanno più facile all'organizzatore di eventi fieristici il rapporto con la pubblica amministrazione, la quale lo affianca, gli fornisce maggiore autorevolezza e mezzi, con patrocini e contributi, ma, soprattutto, crea quel sistema di collegamenti e sinergie che possono rendere l'evento fieristico più appetibile per i visitatori e più produttivo per il contesto in cui si svolge.

Fermo restando che le fiere specializzate o settoriali, aperte solo agli operatori economici, costituiscono un'importante modalità di presentare agli addetti ai lavori i prodotti più nuovi, più validi tecnologicamente, consentendo un ampio confronto tra produttori e clienti, sul fronte del numero di visitatori, l'incremento più importante, sicuramente nella nostra regione, ma penso anche in altre, è



stato per manifestazioni rivolte al grande pubblico, in molti casi rivelatesi dei veri fenomeni mediatici, quali ad esempio la Fiera Internazionale del Libro o il Salone Internazionale del Gusto a Torino.

Il nostro mercato fieristico nazionale secondo solo alla Germania con circa il 20% del business a livello europeo, genera ogni anno affari per decine di miliardi di euro con crescita costante di visitatori e di superfici espositive. A fronte della Lombardia che ha aumentato del 53% la superficie espositiva, ovviamente posizionandosi al top con la nuova Fiera di Rho, anche il Piemonte, nel suo piccolo (eravamo al nono posto dopo Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Puglia, Lazio, Toscana, Trentino-Alto Adige, Friuli Venezia Giulia ) tra il 2007 ed il 2008 ha fatto un salto di qualità.

Ai 46.400 m<sup>2</sup> di superficie coperta, rimasti praticamente invariati tra il 2000 ed il 2006, si sono aggiunti i 7561,76 m<sup>2</sup> di ExpoPiemonte a Valenza ed i circa 15.558 m<sup>2</sup> di Caresanablot che offrono al Piemonte Orientale e all'area del Vercellese nuove possibilità di affermarsi come poli espositivi attrezzati con le più moderne tecnologie.

E ancora più interessante appare il futuro di Torino con la già richiamata acquisizione dell'Oval da parte di GL events e la prospettiva della realizzazione del 4° padiglione che porterebbe la superficie coperta complessivamente disponibile del quartiere torinese attorno agli 80mila m<sup>2</sup>, ponendolo tra i poli di media dimensione nazionali.

Anche le superficie scoperte destinate all'uso fieristico sono aumentate notevolmente e ciò conferma una delle caratteristiche delle fiere della nostra regione: il collegamento al territorio, all'agricoltura dei DOP, DOC, DOCG, che caratterizza manifestazioni relevantissime quali la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, o Cheese - Le forme del latte, la più grande rassegna internazionale dedicata al formaggio di qualità, che si

svolge ogni due anni a Bra. Quindi un concetto di quartiere fieristico, inteso anche come città intera dedicata a un evento specifico, purché sempre accompagnato dalla qualità del servizio offerto agli espositori e dalla possibilità di documentare con serietà numero e provenienza dei visitatori, aspetto importante questo anche per definire un sistema che permetta di monitorare i risultati di ciascun evento fieristico ai fini di un utilizzo più efficace delle risorse regionali che possono essere messe in campo.

Quella della certificazione dei dati resta una strada da percorrere nell'immediato futuro insieme agli organizzatori ed ai centri espositivi, sapendo che occorrono risorse e professionalità per lo sviluppo del settore. Certamente la professionalità è l'elemento che fa la differenza e per questo, come si propone la nostra legge, occorre incrementare competenze specialistiche e rafforzare i marchi: un marchio forte significa appeal verso l'estero e la possibilità di esportare l'evento e la capacità organizzativa che lo supporta.

Oggi la componente di internazionalità per il successo di una manifestazione è fondamentale: ad esempio Valenza Gioielli, che si è svolta per la prima volta nella nuova prestigiosa sede fieristica, ha avuto il 15% di visitatori esteri certificati. Alla promozione all'estero vogliamo dedicare una parte del budget, speriamo congrua (per questo speriamo nel rinnovo dell'accordo col Ministero dello Sviluppo Economico per il finanziamento di alcuni progetti piemontesi di pregio).

Le fiere sono uno strumento di marketing, di comunicazione, di aggiornamento professionale e di business per le imprese, con ricadute positive sull'economia regionale, occorre quindi supportare questo sistema in continua trasformazione e consolidare il dialogo tra le componenti private e i partner istituzionali affinché tutti concorrano a rendere la partecipazione all'evento vantaggiosa, sia per gli espositori sia per i visitatori.





La nuova legge, oltre a confermare i contributi in base alla qualifica – locale, regionale, nazionale, internazionale –, vuole:

- concorrere a incentivare lo sviluppo di strumenti di tutela dei consumatori, quali la certificazione di qualità degli enti e delle manifestazioni fieristiche,
- concorrere a incentivare lo sviluppo di nuove modalità espositive, che facciano uso delle moderne tecnologie per l'ampliamento del settore a fasce di nuove utenti;
- concedere contributi per la formazione di nuovi operatori qualificati e per la promozione dell'informazione del settore nei confronti delle imprese, la scuola e le professioni;
- promuovere la partecipazione di gruppi di operatori economici esteri a manifestazioni fieristiche a qualifica locale, regionale, nazionale, internazionale, e la loro partecipazione a educational in aziende di produzione e di servizi interessate;
- promuovere l'associazionismo tra gli operatori del settore, e la loro collaborazione al fine di realizzare sinergie in una logica di filiera fieristica.

Si tratta dunque di un complesso di interventi di tipo tradizionale da una parte e innovativo dall'altra, ad esempio dovremmo chiederci quale formazione andremo ad offrire, con quali strumenti; certamente si dovrà tenere conto dell'esigenza degli organizzatori di individuare le carenze cui sopperire.

Voglio richiamare un'interessante ricerca svolta recentemente dalla Bocconi che ha indicato alcuni elementi di forza e di debolezza di cui tenere conto; il numero delle fiere nazionali e internazionali è cresciuto, anche grazie al decentramento, ma ci sono tassi di mortalità elevatissimi, devo dire non così tanto in Piemonte, dove queste manifestazioni sono poche, ma solide e si piange la scomparsa del solo Salone dell'auto.

Le manifestazioni di livello nazionale e regionale spesso sono incubatori di fiere internazionali e in questi casi vanno supportate maggiormente.

Le Fiere dedicate al grande pubblico rappresentano un mezzo di comunicazione delle imprese, in concorrenza con la pubblicità su media e su internet, ma con l'offerta nuova ed originale di possibilità di socializzare, sperimentare, svagarsi, e quindi di

recuperare un rapporto diretto che favorisce la conoscenza ed il business.

In tutto ciò il modello di marketing fieristico si pone al centro del bisogno di partecipare che permea questa società del terzo millennio. Da qui è partito un rilancio che pareva impossibile qualche anno fa con l'irrompere sulla scena di nuovi mezzi di comunicazione.

Dall'altra parte, rispetto al recente passato in cui le fiere erano attività quasi pubblica, ora l'attività fieristica è più orientata all'efficienza ed al profitto anche se con indubbia valenza di interesse collettivo.

Dalla sinergia che ora va ricercata con il sistema pubblico, possono nascere grandi opportunità sul territorio e per il territorio.

Per questo sarebbe anche importante se arrivassero quei fondi che lo Stato aveva destinato alla mobilità, intesa come miglioramento della logistica intorno ai quartieri fieristici: parcheggi, rotonde, e quant'altro e che ora sembrano essersi assai ridotti. Avremmo una leva in più per migliorare l'offerta fieristica ed eviteremmo che il nostro Lingotto sia spesso al centro di polemiche per una viabilità non ottimale.

Le Regioni non ancora beneficiare da questi finanziamenti ritengono positivo l'avvio della procedura complessa per ottenere tali contributi se si farà chiarezza sul fondo e se lo si doterà di risorse adeguate.

L'altro giorno il coordinamento delle Regioni ha esaminato la proposta di un decreto di attuazione della Legge 105 del 2006 e debbo dire che l'abbiamo ritenuto assolutamente insufficiente perché il fondo che viene proposto per la mobilità al servizio delle fiere è un fondo vuoto, senza alcuna certezza su come potrà essere alimentato.

Chiudo dicendo che per il Piemonte vi sono alcuni aspetti che dovremmo affrontare e che ritengo estremamente importanti nel panorama delle strutture piemontesi dedicate alle fiere, ed oggi in movimento, che sono, oltre a quelle già citate di Valenza e di Caresanablot (parlo naturalmente dei centri di proprietà pubblica) i centri fieristici di Novi Ligure, Asti, Novara, Cuneo ed altri. Dovremmo farne un vero e proprio sistema capace di vive-

re per tutto l'arco dell'anno. Non possiamo pensare, ad esempio, a Valenza come ad una struttura che vive su uno o due avvenimenti per stagione.

Serve un raccordo, serve fare rete, servono sinergie che guardino anche al di fuori della Regione e penso naturalmente a Fiera Milano non soltanto, come qualcuno richiama di questi tempi, in funzione dell'evento del 2015, ma per una collaborazione stabile da rafforzare nel tempo. Penso all'opportunità di avere un soggetto che possa rappresentare una sorta di coordinamento tra le realtà del comparto, fornire servizi, essere magari promotore del sistema, come richiama la presidente Bresso, e capace di mettere in moto iniziative per attrarre nuovi eventi, penso ad un colle-

Carlo Cerrato: *Grazie all'Assessore e darei subito la parola all'ingegner Paparo, amministratore unico della editrice Pianeta, direttore responsabile della Guida Mondiale delle Fiere e della rivista Prisma, ed è anche un po' l'anima di questo Convegno.*

**Ing. Giovanni PAPARO, presidente Assofiere**

**S**e posso dirlo sono molto, molto contento per la presenza a questo convegno della presidente della Regione Bresso e dell'assessore Ricca che ha fatto una relazione interessantissima. Ringrazio tutti i partecipanti che dimostrano nei fatti che finalmente il Piemonte anche sul settore fieristico sta crescendo. Il nostro auspicio come

ria, camere di commercio, enti locali, quando non siano essi stessi i promotori o gli organizzatori. Gli organizzatori devono essere convinti per primi della bontà dell'iniziativa, colgo l'occasione per ricordare che ieri è stato inaugurato Campus una fiera direi interessante, speriamo che abbia successo e seguito, è iniziata ieri e durerà mi pare fino a domenica, su iniziativa proprio della Regione, Assessorato all'Agricoltura. Occorre quindi dispiegare un'ampia iniziativa promozionale diretta a livello locale e, secondo i casi, anche a livello nazionale e internazionale, iniziativa che deve essere supportata da un'adeguata campagna sui media.

Ma anche laddove la vendita degli spazi abbia avuto un esito positivo, siamo ancora lontani dal poter cantare vittoria. Occorre infatti che l'evento sia premiato da una adeguata affluenza di pubblico, meglio ancora se gli espositori sono soddisfatti dei contatti realizzati. Condizione necessaria, ma non sufficiente, per garantire un'adeguata affluenza di pubblico è, anche qui, lo svolgimento di un'estesa campagna d'informazione e promozione nei confronti dei potenziali visitatori: prima di tutto sul territorio e secondo i casi anche a livello nazionale e internazionale.

A questo punto mi sembra opportuna una precisazione. Sotto il termine generico di fiera vengono accomunate realtà molto diverse tra loro, dalla fiera specializzata professionale di carattere internazionale alla fiera-mercato locale rivolta al consumatore finale. Quando, ad esempio, il Comitato Fiere Industria - l'Agenzia di Confindustria per le Fiere - denuncia che l'eccessiva proliferazione delle fiere in Italia rischia di comprometterne la competitività, penso che il discorso possa essere largamente condiviso, soprattutto con riferimento alle manifestazioni specializzate leader di settore a livello internazionale (o aspiranti tali). Diversa, sebbene certamente con diversi chiaroscuri, è la situazione per altri tipi di fiere, in particolare per le fiere rivolte al grande pubblico. Ad esempio fiere della casa, degli sposi, e simili, rivolte a bacini d'utenza limitati e non sovrapposti, possono svolgersi senza arrecarsi grave disturbo anche a brevi distanze di spazio e di tempo. In questi casi è importante soltanto evitare la concomitanza, in quanto lo stesso espositore,



gamento virtuoso tra il sistema fieristico pubblico locale ed i soggetti privati, capace di rafforzare i legami con le imprese. E naturalmente richiamo la questione del potenziamento del business congressuale sul quale Torino è oggi ancora forse in ritardo rispetto alle principali piazze italiane.

Tutte questioni sulle quali vogliamo cimentarci in un'ottica di collaborazione con tutti gli altri attori interessati, confidando di poter contare anche sulle risorse economiche necessarie per dare corpo alle buone intenzioni.

Io mi fermo qui e naturalmente auguro, come ha fatto la presidente Bresso, essendo il primo intervento, anche buon lavoro alla giornata d'incontro.

Assofiere è di riuscire a unire le forze e mi pare che questa sala dimostri che le premesse ci sono.

Vengo al mio intervento. Al successo di un evento fieristico-congressuale concorrono diversi fattori. Stando al tema di questo incontro, mi limiterò a trattare per sommi capi alcuni degli aspetti connessi alla sua comunicazione e promozione.

Soprattutto se si tratta di una prima edizione, è di primaria importanza la promozione volta alla acquisizione degli espositori: in un mercato notoriamente affollato di eventi le aziende devono essere convinte della bontà dell'iniziativa e dell'utilità di parteciparvi.

Sovente la partecipazione degli espositori è mediata da associazioni di catego-



generalmente un piccolo imprenditore, ha difficoltà a presidiare contemporaneamente due eventi distinti.

Ciò detto, voglio aggiungere che rispetto alle regioni italiane a grande vocazione fieristica - Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto - il Piemonte si trova molto distanziato e con un grande potenziale di crescita ancora da mettere a frutto. In Piemonte c'è, però, una prevalenza di piccoli operatori che da soli non sono in grado di far valere localmente le ragioni del settore.

In qualità di presidente Assofiere, il cui scopo statutario è contribuire "a promuovere le condizioni per il migliore sviluppo del settore fieristico", rilevo l'importanza di perseguire sul territorio la collaborazione di tutti gli attori interessati, pubblici e privati, per far sì che l'evento fiera trovi l'ambiente adatto al suo migliore svolgimento: in termini di qualità e prezzi dei servizi offerti agli espositori e ai visitatori (parlo di alberghi, ristoranti, taxi, collegamenti ferroviari e aerei, e via dicendo), e di coinvolgimento del maggior numero possibile di espositori e visitatori locali, i quali costituiscono il nocciolo duro di ogni evento.

La recente legge regionale sulla promozione e sviluppo del sistema fieristico piemontese offre ora gli opportuni presupposti per il rilancio del sistema fieristico-congressuale piemontese, erede di una tradizione illustre e dotato tuttora di alcuni elementi di eccellenza. La legge prevede che la Giunta regionale, lo ha ricordato

l'Assessore, possa promuovere l'associazionismo tra gli operatori del settore e la loro collaborazione al fine di realizzare sinergie in una logica di filiera fieristica, e questo convegno, con la tavola rotonda che seguirà, offre un'opportunità a tutti gli operatori pubblici e privati d'incontrarsi e prendere coscienza dell'utilità di collaborare, di fare sistema, come si usa dire.

Come sanno fare bene gli operatori economici milanesi e le loro associazioni, quando si tratta di promuovere le condizioni per lo sviluppo della loro fiera, il loro grande dinamismo si esprime anche nella capacità di coinvolgere tutte le risorse presenti in loco sui nodi dello sviluppo. Significativa mi pare anche la capacità di dialogo e di coinvolgimento dei residenti con iniziative diffuse sul territorio, i famosi Fuori Salone, in occasione di diverse importanti manifestazioni. In questi giorni, in occasione di MiArt - Fiera Internazionale di Arte Moderna e Contemporanea, ma a Milano lo fanno sovente, c'è una grande presenza sul territorio legata appunto a questa manifestazione: il progetto Miraggi, ideato dall'Assessorato all'Arredo, Decoro urbano e Verde, con una serie di sculture monumentali segnerà un itinerario urbano nei luoghi più rappresentativi della città, la cosa mi pare molto interessante.

A Torino e in Piemonte il business fieristico-congressuale è enormemente più modesto e più modeste sono le forze e le capacità di coinvolgere l'attenzione collettiva sulle condizioni per la crescita del

settore, che comprendono anche adeguati servizi ferroviari ed aerei, intanto mi pare avete visto un po' di slides sui collegamenti ferroviari, adeguati collegamenti stradali, adeguate strutture fieristiche e congressuali, e via discorrendo. Per quanto riguarda l'offerta alberghiera penso che al momento non ci possiamo lamentare. Finalmente, lo ha anticipato in vista di questo incontro l'ingegner Lorenzo Livrieri, direttore compartimentale movimento Piemonte Valle d'Aosta della Rete Ferroviaria Italiana, il quartiere del Lingotto Fiere sarà collegato direttamente alla adiacente stazione ferroviaria Torino Lingotto. Non mi sembra una notizia da poco, soprattutto se si considera il ruolo importante che tale stazione è destinata a svolgere nei prossimi anni.

Per concludere vorrei ancora dire che condivido l'opinione di chi sostiene, anche in ragione dello sviluppo dell'alta velocità ferroviaria, e del sistema autostradale, che bisognerà sempre più ragionare in termini di macroaree metropolitane come questa nostra che una volta veniva chiamata il triangolo industriale Torino-Milano-Genova. E sono pure convinto che Fiera Milano costituisca un'importante risorsa anche per Torino e per il Piemonte. Ma ciò non esclude, come succede nella stessa Lombardia, che possano, anzi debbano, essere salvaguardate e potenziate tutte quelle realtà che esprimono e valorizzano peculiarità del territorio o che comunque vi producono importanti ricadute economiche. Grazie.

Carlo Cerrato: *Grazie all'ingegner Paparo e partiamo da questa conclusione e continuiamo a giocare su questo asse Torino-Milano e coinvolgo la professoressa Francesca Golfetto, condirettore del Centro di ricerca sui mercati e sui settori industriali dell'Università Bocconi.*

**Prof.ssa Francesca GOLFETTO,**  
ordinario di Marketing,  
condirettore CERMES - Centro di Ricerca  
Mercati e Settori dell'Università Bocconi

Il mio intervento cerca in qualche modo di fare luce sulla relazione che c'è tra fiere e territorio, su quali sono i vantaggi che danno le fiere per un certo territorio, ma su quali sono anche i vincoli che vengono posti dal territorio alle fiere, perché le fiere sono strumenti interessantissimi per avere molti benefici ma appunto pongono molti legami e richiedono un certo tipo di attività.

I vantaggi che offrono le fiere e i congressi al territorio ospitante sono di diverse tipologie e sono nell'insieme molto più importanti del valore del business fieristico del singolo organizzatore. In genere infatti il fatturato fieristico è limitato, ma il beneficio di tali attività sul territorio è molto elevato.

Si possono in tal senso evidenziare almeno tre tipi di benefici (slide in basso a sinistra).

Il primo e forse il più importante è quello che può essere definito "vantaggio di visibilità e di apprendimento per le imprese locali". Questo aspetto si riferisce al fatto che le fiere sono anche definite distretti commerciali o temporary cluster, proprio per sottolineare il ruolo che svolgono nella capacità di contattare mercati lontani e di far circolare conoscenza entro il settore di riferimento. Mentre si è parlato tanto dei distretti industriali, e della capacità che essi hanno offerto alle nostre piccole imprese di lavorare in filiera e di combattere la concorrenza e il gap dimensionale che le separa dagli altri paesi sviluppati, poco si è detto del vantaggio che le fiere hanno offerto e tuttora offrono



Francesca Golfetto e Carlo Cerrato

nella capacità di contattare i mercati esteri. Anche attraverso il "distretto commerciale" le nostre imprese hanno infatti lavorato insieme, superando i loro limiti. La fiera è un grande strumento di visibilità e di marketing collettivo, che permette di acquisire clienti dai paesi lontani, anche ad aziende che non hanno la forza vendita e non hanno competenze di marketing. Attraverso le fiere, le nostre aziende hanno colmato un gap enorme: avere una fiera importante nel proprio territorio facilita le imprese, perché riduce i costi di commercializzazione e fa arrivare acquirenti da tutto il mondo, a vantaggio soprattutto delle imprese che non hanno la capacità di "muoversi". La fiera offre il vantaggio di osservare il mercato, di capirlo e di farsi conoscere e poi, un po' alla volta, di imparare a presentarsi a fiere estere e così, gradualmente conquistare il mercato. Nel mio lavoro ho raccolto tantissime testimonianze di aziende – oggi aziende importanti del made in Italy - che raccontano come siano partite proprio dalle fiere per capire i gusti dei compratori esteri, per migliorare i prodotti, per cercare venditori. E ogni progresso è segnato via via da partecipazioni fieristiche sempre più importanti. Le fiere sono nate in Europa (e l'Europa è oggi il paese con le fiere più importanti del mondo) proprio perché le nostre piccole imprese ne avevano estremo bisogno.

Il secondo e il terzo beneficio sono quelli che più interessano il territorio locale, quelli che spingono molti enti locali alla costruzione dei quartieri fieristici e con-

### I benefici delle fiere sul territorio

1. **Vantaggi di visibilità e di apprendimento delle imprese locali** = fiere come distretti commerciali
2. **Immagine dei competenza dell'area** = es. Cannes e Verona
3. **Indotto economico** = spese di espositori e visitatori nell'area (allestimenti, comunicazione, eventi ristorazione, alloggi, trasporti, shopping svago....)

gressuali nella propria zona. Uno riguarda l'immagine di competenza del territorio, ossia l'associazione cognitiva che si forma tra area ospitante e tipo di produzioni esposte nelle manifestazioni. Basti pensare a Cannes: l'associazione immediata è con il cinema anche se in zona non se ne produce affatto. Per venire al caso dell'Italia, ad esempio, da una ricerca effettuata sulle competenze generalmente attribuite alla città di Verona da parte dei paesi esteri è risultato che a Verona si tende ad associare la produzione di vino, quasi allo stesso livello di Bordeaux! E ciò grazie alla sua famosa manifestazione nel settore, Vinitaly. Potenza del passaparola di visitatori ed espositori internazionali, e del grandissimo ritorno mediatico che c'è intorno alle fiere di livello!

L'altro beneficio (il terzo) è quello che interessa soprattutto i servizi dell'area che ospita le manifestazioni, in virtù del fatto che le fiere e i congressi sono dei potenti motori per il turismo d'affari. Si tratta del c.d. "indotto economico", che è la quantità di ricchezza che arriva a una regione per effetto delle spesa nel territorio di espositori e di visitatori. Ad esempio, nel caso di Milano, con un fatturato annuo di Fiera Milano pari a circa 300 milioni, abbiamo un indotto sull'area di circa 3000 milioni, ossia un "moltiplicatore di fatturato" pari a più di 10 volte il fatturato del quartiere. Tale fatturato si riferisce alla spesa di espositori e visitatori presso alberghi, ristoranti, trasporti, servizi eventi e comunicazione, allestimenti, noleggi, hostess, servizi per il tempo libero, e così via.

Però fiere e congressi non sono tutte uguali e anche i vari benefici si differenziano significativamente

Vediamo tali differenze partendo dai congressi. Notiamo come essi siano molto simili alle fiere perché spesso a fianco di un congresso ci sono esposizioni di merci. Inoltre, i congressi vengono fatti su settori scientificamente più avanzati in cui le tematiche non sono ancora tradotte in merci. I congressi non sono molto remunerativi per chi li organizza (il business congressuale è sempre in perdita) ma sono un grandissimo veicolo di indotto economico per il territorio perché si arriva a una spesa dei partecipanti fino a 200 volte il fatturato dell'organizzatore. I congressi offrono inoltre una discreta visibilità e immagine alle competenze del territorio e forse sono gli unici che non necessitano

## Fiere e congressi: impatto sul territorio ospitante

	Visibilità e vantaggi per imprese locali	Immagine di competenza dell'area	Indotto economico (=vendite dell'area)
<b>Fiere hub</b> (internazionali/ intercontinentali)	+++++	+++++	15/20 volte fatt. organ.
<b>Fiere dell'export</b> (internazionali)	+++++	+++++	10/12 volte fatt. organ.
<b>Fiere dell'import</b> (internazionali)	++	+++	7/8 volte fatt. organ.
<b>Fiere consumer / Eventi</b> (150 km.)	++	++	2/3 volte fatt. organ.
<b>Congressi</b> (internazionali)	/	++	100/200 volte fatt. organ.

2

di una grandissima accessibilità perché la caratteristica di essere "isolati" è spesso tra i requisiti richiesti dai congressisti. Sempre partendo dell'indotto si nota invece come le fiere consumer - ossia quelle dedicate al grande pubblico come ad es. Slow Food, Motor Show, ecc. - si trovino invece all'opposto rispetto ai congressi. Queste fiere hanno infatti un indotto molto basso, ossia di 2-4 volte il fatturato dell'organizzatore, perché i visitatori non vengono da lontano, si fermano mezza giornata e hanno una spesa piuttosto limitata. Tali fiere sono tuttavia abbastanza importanti per l'apprendimento delle imprese locali, perché spesso è proprio da qui che si parte. Da queste fiere le imprese cominciano infatti a capire il mercato fuori dalla loro

## Fattori di successo per fiere e congressi: le fiere sono un business spazialmente condizionato

	Fattori critici di successo nel territorio	Duplicazioni
<b>Fiere hub</b> (internazionali / intercontin.; visitatori-operatori)	■ <b>Accessibilità intercontinentale</b> ■ <b>Domanda locale</b> ■ <b>Offerta locale</b>	Molto difficili
<b>Fiere dell'export</b> (internazionali; visitatori-operatori)	■ <b>Offerta locale</b> ■ <b>Accessibilità int.le</b>	Dannose per offerta nazionale
<b>Fiere dell'import</b> (internazionali; visitatori-operatori)	■ <b>Domanda locale di imprese</b> ■ <b>Accessibilità nazionale</b>	Subordinate a dimensione della domanda nazionale/ locale
<b>Fiere consumer</b>	■ <b>Consumo locale e aree limitrofe</b> ■ <b>Tradizioni</b>	Consentite da limitata mobilità consumatori (150 km)
<b>Congressi</b> (internazionali)	■ <b>Location</b> ■ <b>Ricettività</b> ■ <b>Accessibilità naz/int.le</b>	Gestite dalle associazioni

zona. Un esempio può essere Artigiano in Fiera di Milano, che è soprattutto una mostra-mercato ma da qui sono partite anche molte imprese locali, sviluppando il mercato fuori dalle loro zone di origine.

Nel caso delle fiere di livello internazionale per gli operatori, annoveriamo ancora tre categorie. Le fiere hub sono una categoria straordinaria, cui tutti aspirano. Per queste fiere Milano lotta contro Francoforte e Parigi: queste fiere producono infatti un indotto di 15-20 volte il fatturato dell'organizzatore; offrono una visibilità fantastica per le imprese locali perché sono fiere che attraggono anche oltre il 50% di visitatori esteri e di espositori esteri e sono fiere che stanno di fatto al di sopra degli scambi del territorio. Nel caso di Parigi e Francoforte, ad esempio, le loro fiere non hanno quasi più niente a che vedere con le produzioni del territorio locale perché la loro caratteristica è quella di essere fisicamente al centro di grandissime aree di domanda e di grandissime aree di offerta (di prodotti manifatturieri), cui sono collegate attraverso la loro straordinaria accessibilità. Accessibilità significa disporre ogni giorno di tantissimi collegamenti aerei, che consente di fatto alle imprese di essere "vicine". Ad esempio, Il Cairo è più vicino a Parigi che alla nostra Sicilia, checché ne dicano i siciliani. Questo è infatti il motivo per cui Parigi, Francoforte e in parte Milano riescono ad avere le fiere hub, perché appunto dispongono di questa grandissima accessibilità. E le loro manifestazioni sono le più importanti del mondo, hanno una portata intercontinentale, con la maggior parte di espositori e visitatori esteri.

Una categoria un po' diversa è rappresentata dalle fiere dell'export. Sono una categoria difficile, che richiede soprattutto di avere in loco prodotti straordinari e molti produttori-espositori leader. In Italia siamo bravi con queste fiere. Alla categoria appartengono il Salone del Mobile, alcune fiere della moda, alcune fiere della tecnologia (es. lavorazione marmi, lavorazio-

ne legno, ecc.), le fiere insomma che corrispondono ai settori in cui l'Italia è forte a livello internazionale. E tali fiere si fanno nel nord Italia, ossia al centro delle aree di offerta. In queste fiere gli espositori sono prevalentemente italiani, mentre i visitatori vengono in grandissima parte dall'estero. Sono fiere di una potenza straordinaria perché riescono a far muovere visitatori da tutto il mondo pur avendo solo espositori locali. Tali espositori però lavorano insieme e spesso usano leve sofisticatissime per potenziare la loro visibilità e la loro immagine, dalla selezione dei prodotti e degli espositori, alle proposte di tendenze, e così via. Per fare queste fiere, oggi infatti non basta più mettere in fila una serie di "banchetti" di espositori, ma bisogna lavorare sodo e in modo sofisticato, guardando al marketing collettivo per poter stabilire e mantenere la leadership mondiale. E le fiere dell'export – se fatte bene – possono dare un contributo straordinario in tale direzione perché la leadership spesso si costruisce con la visibilità. Per riepilogare sui vantaggi, le fiere dell'export offrono certamente visibilità per le imprese locali, immagine di competenza per la città ospitante (si pensi a Milano che oggi è considerata capitale del design "estetico") e grande indotto economico, data la quantità di visitatori esteri. Passando infine alle fiere dell'import, si nota che anche queste sono fiere internazionali, ma con la grande differenza che sono fiere in cui prevalgono gli esteri dal lato degli espositori, ma i visitatori sono prevalentemente locali-nazionali. Ce ne sono molte ma servono soprattutto alla penetrazione locale delle vendite. Un esempio è il vecchio Salone dell'auto che negli ultimi anni attraeva solo visitatori locali o del nord Italia. In questa tipologia di fiere, immagine e indotto locale sono abbastanza elevati, ma certo più limitati dei precedenti.

Un aspetto che si deve considerare è che le categorie di fiere che abbiamo fin qui considerato non si possono realizzare ovunque. Anzi, il territorio condiziona moltissimo e noi certo



non possiamo scegliere quali fiere si possono fare a Torino o a Milano, perché le fiere sono un business spazialmente condizionato (slide 3).

Il principale fattore di condizionamento è l'accessibilità (ossia la capacità di un'area di avere aerei, treni, strade, ecc. che la connettono con il resto del mondo) perché essa consente a espositori e visitatori di raggiungere rapidamente la sede della fiera. Disponendo di un'accessibilità intercontinentale si possono fare fiere hub. Ma le fiere hub sono al massimo una per continente in ciascun settore... per cui, in Europa la maggior parte di queste fiere sono localizzate in città come Francoforte e Parigi. Quando inoltre già c'è una fiera hub nel settore, la battaglia è quasi insostenibile perché le imprese non vogliono lasciare la strada vecchia per la nuova... Ci sono infatti città come Roma che, pur avendo una buona accessibilità, sono arrivate tardi e devono lottare pesantemente contro l'esistente per potersi affermare. Anche ripetere fiere dell'export è difficile: oltre a una buona accessibilità ci vuole una forte area di offerta intorno, perché è soprattutto la forza delle associazioni locali che consente di sostenere gli elevatissimi sforzi che esse richiedono. Inoltre, è dannoso per le produzioni locali tentare di aumentare il numero delle fiere rivolte all'export, perché disperdono gli sforzi. Le uniche fiere facilmente ripetibili sono le fiere consumer, perché non occorre una grande accessibilità dato che i consumatori vengono per lo più da un raggio di 150 km. Esse inoltre sono basate sulla ricerca delle tradizioni e di quelli che oggi nel marketing vengono chiamati elementi di esperienza.

Dati dunque i condizionamenti territoriali che abbiamo sin qui elencato, possiamo discutere delle manifestazioni che si possono fare a Torino e in Piemonte in generale. Attualmente le fiere della Regione sono quasi interamente focalizzate nel gruppo delle fiere consumer. Credo tuttavia che una città come

Torino – che di recente ha avuto anche un significativo miglioramento delle infrastrutture, dell'accessibilità e della ricettività – potrebbe aspirare a fare anche qualcosa di più. Certo non possiamo fare le stesse cose che fa Milano: una città al centro della domanda e dell'offerta manifatturiera italiana, che ha una grande accessibilità, che ha un aeroporto intercontinentale, che quindi può fare le fiere hub...Penso invece a una città come Rimini, una piccola città, con un bacino d'utenza per metà mangiato dal mare, che aveva solo un piccolo quartiere con tanti problemi, eppure avevano e hanno tuttora tantissime idee e tanta imprenditorialità: hanno riempito il quartiere vecchio, ne hanno fatto uno nuovo e lo hanno riempito...li i manager fieristici "corrono", molto più di quanto fanno in città come Parigi o Milano, in cui il mercato bussa alla porta. A Rimini il mercato lo rincorrono e lo costruiscono.

Riepilogando dunque il messaggio che vorrei dare è questo. A Torino c'è stato un significativo miglioramento delle infrastrutture, ma secondo me bisogna lavorare ancora molto. Iniziando dall'accessibilità io mi chiedo: perché ogni volta che arrivo a Malpensa devo andare a Milano per prendere il treno per venire a Torino, oppure devo spendere 250 euro di taxi? Perché avendo a portata di mano un aeroporto di livello intercontinentale non lo vogliamo sfruttare? Perché accontentarci di Caselle? Ma è così impossibile creare un collegamento – non dico veloce - ma anche solo di pullman frequenti invece che disponibili ogni 6 ore? E poi, bisogna lavorare anche sul mestiere di fare fiere (e congressi). Le fiere sono una attività specialistica, che non può essere sostituita dalle strutture, e dagli interventi pubblici e dagli assessori. Il mercato viene prima delle strutture: a Milano la fiera si faceva per strada prima di costruire il quartiere, ma soprattutto... qualcuno lo coltivava. E quindi, per il settore fieristico-congressuale suggerisco infine: spazio all'imprenditorialità.



*Alessandro Altamura  
e Mercedes Bresso*

Carlo Cerrato: *Ringrazio la professoressa Golfetto per la sua relazione e per gli stimoli conclusivi. Mi permetto di alterare l'elenco degli interventi e coinvolgo subito il dottor Alessandro Altamura, assessore al Commercio e Turismo del Comune di Torino. Proprio in questi momenti il Sindaco Chiamparino sta presentando in anteprima il bilancio 2009 da portare in approvazione al Consiglio, lo sta presentando alle forze economiche, quindi tra crisi, prospettive e suggerimenti, che cosa può dire su questi temi?*

**Alessandro ALTAMURA, assessore al Commercio, Turismo del Comune di Torino**

**R**ingrazio gli organizzatori di questo confronto, e vedo una serie di sollecitazioni e anche di suggestioni che ci permettono di andare un po' più a braccio e di evitare le relazioni che sono corrette e necessarie, ma che ovviamente devono rappresentare in modo analitico, anche se sintetico, quelli che sono gli atti normativi che vanno a determinare in qualche modo il comparto di cui stiamo discutendo. Ringrazio in particolare il collega della Regione, l'Assessore Ricca, anche per l'ostinazione con cui ha seguito in modo particolare questo settore, mettendo i presupposti per l'approvazione di una legge che può dare un sistema migliore di sinergie fra enti locali e anche all'interno delle associazioni e dei settori produttivi legati alla promozione del fieristico congressuale e quindi all'accoglienza, in particolare oltre che alla promozione esterna, il valore aggiunto sicuramente di avere un quadro di regole condivise.

Le suggestioni che la professoressa Golfetto ci ha lanciato sono state già introdotte da Cerrato, perché noi arriviamo da una discussione sul bilancio preventivo, che è un quadro generale economico che prevede che tutti gli enti locali oggi stiano facendo una forte rivisitazione, sto usando un eufemismo, rispetto ad alcune delle strategie che dieci anni fa nascevano in funzione anche di un comparto, di un settore, vedo qui Maria Luisa Coppa, presidente Ascom, che saluto, e vedo tanti altri operatori del settore fieristico congressuale, che conoscono questa vicenda, perché hanno lavorato con noi proprio nella impostazione di un percor-



Alessandro Altamura

so che ha avuto sicuramente una contrazione. Se da un lato è importante e fondamentale un convegno che promuove il sistema fieristico congressuale, mi permetterò di riprendere alcune delle suggestioni che la stessa Presidente Bresso ha lanciato, e su questo credo sia anche utile condividere alcune osservazioni che partono da due presupposti:

Uno è stato anticipato da Paparo, nell'introduzione e lo ringrazio come primo organizzatore e grande sollecitatore della presenza delle istituzioni e quindi anche del contributo piccolo che possiamo dare.

Noi oggi stiamo chiudendo un bilancio preventivo per il 2009 che avrà dei tagli molto significativi, che ha salvaguardato e proprio in questo momento il sindaco Chiamparino e parte della Giunta, escluso l'assessore alle attività produttive che è qui con voi, sta presentando a tutte le attività produttive, sindacali, forze sociali, quello che è il bilancio preventivo 2009, che ha sicuramente una contrazione forte sia di trasferimenti da parte del Governo agli enti locali, sia una rivisitazione di quelli che sono i finanziamenti costituiti iniziando dall'Ici, quindi da un percorso

che già 4 mesi fa ha creato presupposti differenti rispetto al bilancio preventivo di un ente locale come la Città di Torino. Lo dico non per annoiarvi evidentemente, ma per farvi cogliere quel "fil rouge" che nasce dieci anni fa, in un sistema fieristico congressuale in cui Torino aveva obiettivamente ancora labili speranze di poter decollare e competere su un mercato importante e sempre più difficile vista anche la crisi economica, congiunturale, nazionale e internazionale, che prevede come ci sia la contrazione anche da parte delle aziende e degli operatori rispetto al sostegno di grandi iniziative, di capacità, ovviamente, di attrarre pubblico e flussi fieristici congressuali.

Voglio dividere le due questioni semplicemente per una analisi più completa. Essere riusciti in questi dieci anni, nei cinque anni preparatori all'evento olimpico, che può essere facilmente dimenticato perché è durato 15 giorni ed è stato soprattutto la vetrina mediatica internazionale di grande qualità e di grande spessore che ha dato una dimostrazione di come il sistema Piemonte, la città di Torino, le sue valli olimpiche hanno

saputo fare gioco di squadra e vincere una sfida molto difficile e mettere i presupposti perché quel sistema potesse articolarsi e radicarsi. Alcuni di questi percorsi sono stati una forte incentivazione della presentazione dei dossier di candidatura e voi sapete che la ricaduta, in particolare del congressuale, una ricaduta economica sia sotto l'aspetto occupazionale che del prodotto interno lordo, rispetto all'accoglienza e alla ricettività: molto importante, se considerate che da prima a dopo le olimpiadi siamo passati fra Torino e Provincia da 7000 posti letto a 14000 posti letto, fra l'altro aumentando in modo esponenziale una presenza di alberghi di grande qualità (5 stelle) di un sistema che ancora Torino non aveva.

Dove possiamo vedere le criticità? Alcune sono state opportunamente sottolineate dal collega Sergio Ricca, e alcune le ha sottolineate la Presidente Bresso. Le principali criticità che io vedo, per far decollare questo sistema a livello torinese e piemontese in cui, secondo l'ultima analisi statistica del Sole 24 Ore ci poneva fra il quinto e sesto posto, con la difficoltà di dover competere con sistemi molto articolati e che hanno storie e substrati economici molto importanti, l'esempio di Milano, Rimini, Bologna, sono estremamente significativi, abbiamo davanti anche Napoli e Firenze, ma diciamo che vi sono forti margini di crescita, però il contesto generale in cui noi ci stiamo muovendo è un contesto difficile.

Ci sono anche segnali positivi, che mi permetto sommariamente di sottolineare, questa sala così piena di operatori interessati a vedere crescere questi settori e a vincere le prossime sfide perché la città e la regione hanno delle sfide importantissime, alcune sono state vinte: non sto parlando evidentemente solo delle Olimpiadi perché il volano di comunicazione non è fatto solo da un singolo evento che attrae, l'Emec solo recentemente quei 500 operatori del sistema fieristico congressuale italiano che sono stati qui a Torino e hanno avuto una grande accoglienza hanno dimostrato una grande attenzione per quello che è il nuovo sistema torinese.

Sicuramente due sono le questioni: una l'ha sottolineata la Presidente Bresso, e altrettanto ha sottolineato il collega Sergio Ricca, come le infrastrutture sono uno dei temi fondamentali.

Lo sviluppo delle infrastrutture, la capacità di un sistema complesso e articolato che prevede anche una compartecipazione del Governo, penso alla metropolitana, al finanziamento della seconda tranche, penso a un sistema articolato di trasporti che semplifichi un quadro di riferimento rispetto all'attuale polo congressuale e fieristico che attualmente c'è al Lingotto.

Evidentemente molti di voi potranno leggerla in modo più critico, ma io leggo in modo estremamente positivo che un grande partner internazionale, che, sul sistema fieristico congressuale ha costruito un fatturato mondiale, abbia dimostrato un così forte interesse verso la città di Torino, abbia partecipato ad una gara, abbia vinto, l'assegnazione non solo dell'Oval ma in realtà della prospettiva di costruire il quarto padiglione ed entrare in un meccanismo che potrà proporre circa 80.000 mq, che inizieranno a farci competere con un target medio alto a livello nazionale soprattutto sul Nord Italia.

Voglio sottolineare alcuni punti che non sono marginali nell'economia della vicenda: i dossier di candidatura non possono nascere esclusivamente solo da una parte, dagli enti locali. Ringrazio ovviamente per il lavoro difficile, articolato, complesso, ma quotidiano e maniacale nella sua ricerca di perfezionismo, da parte di Convention Bureau per i dossier di candidatura sostenuti dagli enti locali, ma sicuramente il sistema Torino e il sistema Piemonte parte anche da un

presupposto: abbiamo un'economia estremamente diversificata, se andate a vedere i congressi che noi siamo riusciti a portare a Torino soltanto in questi ultimi 18 mesi, abbiamo la presenza molto forte di attività e professioni assolutamente diversificate fra loro: partiamo dalle micosi per arrivare a congressi di fitopatologia, per passare a congressi medici e ad attività assolutamente diverse che significano che la città ha grandi risorse, grandi capacità competitive sotto ogni punto di vista e non solo quello che è il cavallo di battaglia di alcuni. Su questo le associazioni di categoria a volte hanno obiettivamente ragione a dire che questa città negli ultimi anni ha avuto modo di cambiare pelle, anche se solo parzialmente, rispetto a quello che nell'immaginario collettivo era Torino fino a dieci anni fa, ossia una città fondamentale e profondamente legata a un sistema industriale, manifatturiero, al metalmeccanico, con delle eccellenze, anche nel campo dell'ICT, dell'Innovation e Communication Technology, piuttosto che dell'aerospaziale, piuttosto che per esempio del sistema universitario e del Politecnico.

Credo che fare sistema, significhi lavorare molto in sinergia con gli enti locali, semplificare il quadro di riferimento; lo dico, anche per la gemmazione che c'è stata per un certo periodo, ma non è assolutamente una critica a nessuno, è un'osservazione che voglio fare non da assessore, ma da privato cittadino: una gemmazione di enti che a volte finiscono col



sovrapporsi, che quindi dovremo riportare in un sistema più complesso, a dover ragionare nella stessa direzione. Aggiungo che la semplificazione su cui abbiamo lavorato con la Regione Piemonte, Camera di Commercio, Provincia e Comune ha portato alla fusione delle tre precedenti ATL in una ATL unica Turismo Torino e Provincia; il mio auspicio è che anche il Convention Bureau diventi un vero e proprio braccio operativo con ATL, anche perché siamo in attesa dell'approvazione della nuova legge regionale che prevede un nuovo assetto da parte di tutte le ATL del Piemonte; questo ha frenato un certo tipo di percorso. Io chiederò anche ai privati che partecipano a questi settori, di ragionare in termini di prospettiva, capendo come sarà applicata questa legge, e soprattutto come potremo mantenere un forte coinvolgimento dei privati. Credo che soprattutto sull'accoglienza sia fondamentale il coinvolgimento dei privati. Gli enti locali oggi hanno un impegno, una responsabilità anche nei confronti del Governo, abbiamo vinto molte sfide, dobbiamo vincerne altre.

Credo che le grandi manifestazioni che sono state citate: dal Salone del gusto, a Terra madre, dalla Fiera del libro, a tutto ciò che già oggi rappresenta la vetrina di Torino in termini nazionali e internazionali è stata comunque amplificata da altre grandi manifestazioni, forse più per addetti ai lavori (su questo abbiamo avuto modo di discutere più volte), la recente chiusura dell'anno di Torino capitale mondiale del design, ma io penso che nel 2010 avremo manifestazioni importanti e significative che saranno un estremo volano anche di promozione della città, quindi non solo i dossier di candidatura di singoli eventi: uno sarà sicuramente

l'Ostensione della Sindone, l'Esof che avrà invece un peso molto importante come città capitale europea della scienza, nel 2011 il centocinquantesimo dell'Unità d'Italia.

Vado a concludere e chiedo scusa se mi sono prolungato in questo intervento, che però ovviamente mi appassiona perché è il lavoro a cui dedico tanto tempo. Sicuramente abbiamo un impegno anche nei confronti del Governo, che gli enti locali che fanno sinergia, non possono portare a casa tutti i risultati se oggi parliamo di cantierizzare opere per ridare fiato all'economia e là dove ci sono enti locali virtuosi, che hanno l'obbligatorietà morale di portare avanti progetti che sono già stati cantierizzati e, pronti per essere aperti, iniziati, per dare il lavoro con la ricaduta economica, anche quella, in un momento di crisi nazionale e internazionale. Spesso tutto questo viene bloccato, da un lato perché questi finanziamenti vengono rinviati e dall'altro perché la rigidità del rispetto del patti di stabilità non permette agli enti locali di andare nella direzione che oggi sarebbe veramente un volano per l'economia e avrebbe una grande ricaduta positiva sia sul prodotto interno lordo sia sull'aspetto occupazionale.

Io credo che su questo tema nel medio periodo dovremo ragionare, perché la vera sfida sarà questa. Se c'è un elemento che va sottolineato è che le Olimpiadi sono state una grande sfida vinta da parte della Città, dalla Regione, dagli enti locali, anche grazie a quella che noi abbiamo definito più volte quella pax istituzionale, sapendo che avevamo un governo della Regione di un colore, e la Città con un governo di diverso colore. Questo è l'auspicio: che quella strada iniziata allora riprenda con forza adesso. Grazie



Carlo Cerrato: *Grazie all'Assessore Alessandro Altamura e passerei la parola al Ragionier Pierpaolo VAJ, presidente di ASAL Assoallestimenti e titolare di Way Spa, importante azienda del settore.*

**Pierpaolo VAJ,  
Presidente ASAL Assoallestimenti**

**G**razie, buongiorno a tutti. Innanzitutto vorrei dire chi è Asal: Asal Assoallestimenti è la Associazione delle Aziende che lavorano nelle fiere, che fanno allestimenti nelle fiere e negli eventi speciali, che riunisce 307 Aziende. L'Asal fa parte anche della filiera della Federlegno, che come credo sappiate fa parte di Confindustria.

Poiché rappresento 307 aziende sul territorio nazionale farò delle considerazioni un po' allargate rispetto al territorio di Torino e del Piemonte.

**Comunicazione e fiere.**

Partecipare a una fiera o a un evento è momento importante nel campo della comunicazione per molte aziende. Spesso ci si chiede se è utile parteciparvi visto che al giorno d'oggi il mondo della comunicazione ci offre ogni momento nuovi strumenti avanzati d'informazione e ricerca. Internet, sms, ecc. ci offrono soluzioni veloci ed economiche ormai insostituibili; ma alla fine di tutto ci sono le persone e le persone vanno guardate in faccia. Oggi, come 2000 anni fa, prima di stringere un accordo, sia esso a breve termine che di lunga strategia, prima di un acquisto che conta, è meglio vedere negli occhi con chi si tratta. Le fiere e gli eventi servono proprio a vedere negli occhi i nostri interlocutori.

**L'immagine aziendale nello stand**

Nello spazio di un evento non si misura solo il prodotto. Ci sono oltre alle fiere molti altri strumenti dedicati a questo scopo, ma si misura la capacità di un'azienda di esplicitare la propria qualità complessiva, la propria logica produttiva, commerciale, la propria immagine, i propri uomini e le loro capacità.

Per preparare una fiera o un evento, sia una persona che un'azienda devono prima decidere la propria autorappresentazione, decidere come esporre, prima che la merce, la propria organizzazione, il proprio concetto di azienda. Quando vediamo un allestimento, non vediamo solo oggetti tridimensionali più o meno belli, ma vediamo il modo di autorappresentarsi di un'organizzazione complessa. Perciò le fiere, gli eventi, i temporary shop, i corner, i road show e le varie forme di comunicazione tridimensionali, vanno pensati e programmati non come un ineluttabile obbligo, tanto non ci si può non andare, ma come un momento fondamentale e ben programmato della propria attività di comunicazione sia istituzionale che di prodotto.

Proprio in un momento di crisi farsi vedere e vedere con i propri occhi diventa decisivo per degli imprenditori perché alla fine errori o scelte sbagliate vengono pagati da chi decide al vertice. Ma non tutte le fiere e gli eventi, e lo diciamo noi allestitori, sono necessari; spesso gli eventi non sono scelti sulla base di una strategia di comunicazione, ma come un'abitudine ed a volte si affida il compito di gestire l'evento all'ultimo arrivato. Non immaginate quante volte ci si domanda con che interlocutore e di che tipo si ha a che fare e che cosa potrà ricavare



l'azienda dell'investimento che sta per fare. Perché un allestimento sia un investimento va gestito come un progetto importante cui dedicare tempo e persone adeguate. Bisogna che siano chiari gli obiettivi e i metodi; come per qualunque investimento va deciso un budget adeguato all'obiettivo e visto che ci si gioca la faccia non sempre quel che conta è solo il prezzo.

Sia che si decida di gestire l'evento all'interno della propria struttura o che ci si affidi a consulenti esterni, il percorso, il prima, il durante, il dopo, vanno visti come parte di un tutto. In un momento di crisi sia noi che i nostri clienti cerchiamo nuove possibilità; quindi presentarsi in maniera positiva ad un evento può offrire l'occasione di conquistare nuovi clienti, di studiare nuove soluzioni per nuovi percorsi aziendali.

La tendenza mondiale è ad una crescita dei momenti espositivi, solo che cambia la locazione dell'area, decisa dall'interno della rosa di possibilità per ogni singolo ogni settore, ma se 10 anni fa l'area decisiva era sicuramente l'Europa e solo per alcuni settori gli USA, oggi l'area decisiva, le fiere hub, gli eventi top, si possono collocare in Asia, in Arabia, e ancora in Europa. Per gli europei e gli italiani in particolare diventa decisivo scegliere il punto giusto in cui collocarsi e poi partecipare in forma adeguata.

**Perché affidarsi ai professionisti**

Una volta scelto l'evento fiera bisogna trovare la forma, i contenuti e il budget adeguato che diventa anch'esso importante perché se dopo aver svolto bene la fase iniziale poi ci presentiamo in uno spazio che non rende il nostro sforzo, inficeremo i nostri investimenti. Lo spazio in cui riceveremo i nostri ospiti deve essere consono ai nostri desiderata, essere un luogo che dia fisicamente il senso di chi siamo. È perciò utile che si utiliz-



zino per realizzarlo dei professionisti adatti, magari nel nostro caso gli associati Asal Assoallestimenti.

Per le tempistiche contratte che gli eventi comportano, per il costo che una costruzione temporanea implica, per il rischio commerciale e d'immagine che si sopporta per presentarsi a un evento, antaggio di usare non professionisti, magari per risparmiare un 20%, non mi sembra che valga la pena. Nessuno risparmia a cuor leggero sul consulente finanziario, sull'ingegnere, sull'avvocato, ma spesso si pensa che su un allestimento sia possibile guardare solo il costo e non altri aspetti altrettanto importanti: puntualità nella consegna, collaborazione al processo decisionale, qualità finale del prodotto rispetto alle normative in fatto di sicurezza e lavoro, assistenza nelle varie fasi, spesso non si leggono nei preventivi, ma sono decisivi per determinare la coerenza del prezzo al prodotto. Un buon allestimento aiuta l'espositore a ottimizzare il proprio investimento, nel rispetto delle proprie specificità, perché l'obiettivo è comune. Se gli espositori hanno un ritorno dalla partecipazione ad eventi, avranno bisogno di allestitori di buon livello, altrimenti la filiera della comunicazione tramite eventi si ridurrà, con relativa contrazione per tutta la nostra nicchia di lavoro.

#### I vantaggi di un buon allestimento

Il mondo della pubblicità ha spesso dedicato poca attenzione al nostro lavoro soprattutto perché è molto difficile dare numeri che dimostrino i ritorni veri o presunti, ma chi ha esperienza di partecipazione ad eventi mi ha spesso riportato il giudizio che una buona partecipazione può essere davvero un investimento adeguato. Ad esempio, in un padiglione con molti stand anoni-

mi e di basso livello come allestimento, se vengono realizzati alcuni allestimenti di grande richiamo, sicuramente questi avranno un'affluenza di visitatori superiore ai primi.

Il merito principale sarà di queste aziende, ma tutto è servito per creare il successo, e la partecipazione sarà sicuramente positiva. Aziende, prodotti, spazio saranno al massimo della loro capacità di sfruttare l'evento e il confronto competitivo con i loro concorrenti presenti nella stessa fiera.

Se nei momenti di vacche grasse si possono privilegiare eventi speciali, è nei momenti difficili che vanno meglio utilizzati gli incontri a gestione complessiva, ma collettivi come sono le fiere. Una grande fiera hub come il Salone del mobile di Milano o la Fiera del libro di Torino offrono la possibilità di incontrare il meglio del mercato al minor costo contatto.

Compito di una filiera intelligente di imprenditori è di contribuire a far sì che le fiere hub si svolgano sul nostro territorio con il ritorno positivo per tutta la filiera.

Non ho bisogno di convincervi sulla possibilità del momento allestimento all'interno del vostro investimento complessivo, ma solo di sottolineare la giusta attenzione per ottenere il massimo risultato.

Avrei ancora una piccola cosa da dire, vorrei richiamare l'attenzione di tutti i presenti e delle persone qui al tavolo sul decreto sicurezza che è uscito l'anno scorso: mi riferisco al decreto legislativo 81 dell'aprile 2008. Come molti sapranno questo decreto non fa altro che riassumere decreti e regole già esistenti, però con due cose importanti: maggior controllo e molto più gravi sanzioni per chi non rispetta queste regole; vengono precisate meglio quali sono le responsabilità dei vari sog-

getti a partire dall' espositore, al quartiere fieristico e anche a noi fornitori di servizio. Purtroppo molta gente non conosce queste regole, i nostri clienti che pagano il lavoro a noi prestatori di servizio credono con quello di aver risolto ogni problema e non sanno che la responsabilità maggiore è la loro; questo decreto legislativo ha una gravissima lacuna secondo noi, che non considera specificatamente i cantieri fieristici, ma ci accomuna ai cantieri edili. La legge è fatta per l'edilizia, si parla di ponteggi, scavi, tutte cose che non hanno niente a che vedere con un cantiere fieristico. Invito tutti, l'Ing. Artusi di Fiera Milano, gli Assessori, noi abbiamo già fatto qualcosa, perché si possa portare a Roma al Ministero Competente questa richiesta, questa necessità, in modo che si possano avere delle regole per le Fiere e per i cantieri fieristici. L'Asal con CFI e con la Efi, qui c'è anche il Presidente Cercola, tutti questi Enti, noi abbiamo già formato un comitato di lavoro che studi delle linee guida, ma poi abbiamo bisogno degli enti pubblici che ci aiutino a portare a Roma questa richiesta, perché questo decreto della sicurezza preveda delle deroghe rispetto ai cantieri edili. Grazie. Buon proseguimento di lavoro.

*Carlo Cerrato: Dopo Pierpaolo Vaj coinvolgerei due rappresentanti di grandi realtà fieristiche Napoli e Milano, prima il professor Raffaele Cercola, che è presidente dell'Associazione esposizioni e fiere italiane ed è presidente della Mostra d'Oltremare, poi concluderà il primo giro di interventi l'ingegner Artusi, intanto l'assessore Alessandro Altamura del comune di Torino dovrà poi lasciarci perché è in corso in Comune la presentazione del bilancio alle forze economiche, alle associazioni di categoria, quindi non starà con noi fino alla fine della prima parte dei lavori. Prego professor Cercola.*

**Prof. Raffaele Cercola,  
presidente AEFI  
e Mostra d'Oltremare di Napoli**

**B**uongiorno a tutti, sono qui come rappresentante dei quartieri fieristici italiani e principali organizzatori fieristici che fanno capo alla nostra associazione, dico anche questa seconda parte, perché spesso si dimentica che insieme a CFI, che fa capo al sistema Confindustria, i maggiori organizzatori sono quelli che fanno capo ai principali quartieri fieristici come è il caso di Verona, Rimini e gli altri quartieri fieristici che sono anch'essi organizzatori, ovviamente con CFI e ASAL rappresentiamo quasi l'insieme del sistema fieristico italiano: organizzatori, grandi quartieri e allestitori.

L'invito dell'ingegner Paparo mi ha fatto molto piacere, anche perché come la professoressa Golfetto insegno marketing, in particolare la mia materia è marketing non strategico, ma territoriale, quindi il tema della giornata cioè promuovere il sistema fieristico congressuale nel territorio e per il territorio, mi tocca molto per motivi accademici e quindi sono qui per portare un intervento con due letture: quelle positive, che

evidenzierò, ma anche quelle negative che sono frutto ovviamente di questa crisi che da circa sei mesi sta attanagliando tutto il mondo dal punto di vista economico e sociale.

Un'ultima considerazione per motivare la mia presenza qui è che sono interessatissimo sia dal punto di vista operativo che dal punto di vista degli studi, sul congressuale, nel senso che la strategia che sto portando avanti nell'azienda che gestisco da 10 anni, è trasformare la Mostra d'Oltremare in un parco congressi (il quartiere fieristico verrà delocalizzato): praticamente 600.000 mq con alberghi, centri congressi, attività di ristorazione, di tempo libero, shopping, ecc., centrati intorno a un grande centro congressi da 5400 posti, che metterebbe questa location al primo posto in Italia, come capacità in una sola sala, dal punto di vista congressuale.

Questo è frutto di studi che abbiamo fatto nel passato, sto collaborando in particolare con Unicredit e con i comitati locali che ha creato in Italia; ha scelto il tema del congressuale come un tema portante sui territori e proprio lunedì avremo un incontro con l'amministratore delegato di Unicredit Banca di Roma per poi arrivare a un convegno, già se n'è fatto uno a Catania il 24 ottobre, un altro si farà, nel seguito, perché Unicredit crede fortemente in questo discorso congressuale. Il lavoro a monte è stato fatto in modo congiunto dall'università cui partecipo io, consorzio universitario e nostro consulting group, che ha dimostrato la valenza di questa scelta congressuale, di grandissimo interesse in termini di ricaduta sul territorio intero, non solo quello che guadagnano i professionisti, gli allestitori, gli ospitanti, ma tutto il territorio intorno al congressuale.

Quindi mi sembra che il tema del fieristico-congressuale, che è qui nel suo sistema, e come possibilità di sviluppo del territorio, sia sacrosanto, tra l'altro non è detto che tutti debbano fare la stessa cosa, c'è il rischio che poi ci si copi; se guardiamo un po' i piani strategici delle città d'Italia, e Torino ha pubblicato i suoi due piani strategici e li ha messi al centro degli asset su cui creare lo sviluppo strategico della propria città, c'è quello degli eventi, quindi fieristico congressuale; però se andate a studiare, tutti quanti vogliono fare eventi, fieristico, congressuale.



*Raffaele Cercola e Pierpaolo Vaj*

La prima domanda da porsi è proprio questa: un tema che va portato in questa città, in questo territorio, in questa regione, secondo me è sacrosanto, per quel che avete sentito negli interventi degli amministratori, nel senso, sia Torino che la Regione Piemonte, per scelte strategiche di Torino fatte già nel primo piano, e per il ritorno che ha avuto con le olimpiadi, ci si può porre proprio in una posizione di leadership in questo campo: quindi il contesto territoriale vuole questo tipo di scelta; secondo, è vero quello che ha detto la professoressa Golfetto: le fiere hub e il congressuale vogliono infrastrutture quasi di natura intercontinentale, però ricorderò una cosa: la prima meta congressuale d'Europa oggi non è Parigi, non è Berlino che hanno i più grandi centri congressi, ma è Vienna, Vienna ha il maggior fatturato e quota di mercato di congressuale, Vienna è una città chiaramente splendida, bellissima, ecc., ma non possiamo non pensare che Torino o il Piemonte non possano competere con Vienna; è molto più difficile ovviamente competere con Parigi, ma Vienna oggi è leader consolidato nel congressuale e non ha un aeroporto intercontinentale a livello di Parigi o di Londra, quindi questo è un segno positivo, ci sono più segnali positivi.

Altro segnale positivo che vorrei porre diciamo in premessa: fiere e congressi sono business anticongiunturali; è vero c'è crisi, parlerò degli effetti della crisi sul settore perché abbiamo fatto recentemente una indagine con l'università, che abbiamo presentato a Milano lo scorso 10 dicembre, in cui si vedevano gli effetti e ve ne parlerò, però sono business anticongiunturali, sono quelli che preparano il futuro, anche se per alcuni settori esistono in questo momento dei segnali forti di crisi, sono degli investimenti che vanno fatti proprio in questi settori. In sintesi, la premessa è dire: è giusto essere qui oggi a parlare di investimenti, promozione, da fare per il sistema fieristico congressuale in Piemonte e nella città di Torino, ci sono i segnali necessari positivi sia di contesto sia di business nel loro insieme fieristico congressuale e sia rispetto ai settori.

Altro fatto positivo, avete sentito ormai c'è convergenza, le sfumature che esistono fra congressi, convegni, eventi, fiere,



cosiddette consumer, cioè fiere eventi, fiere solo consumer, fiere b2b, fra le fiere b2b la collega Golfetto citava del quadrante hub, negli eventi intercontinentali di hub, ecco le sfumature sono continue, c'è un continuo non c'è una divisione netta, per cui la bravura è muoversi in quella matrice che è stata presentata proprio trovando le varie possibilità di posizionamento e oggi, se guardiano già le fiere che si fanno al Lingotto di Torino, ci sono più fiere posizionate in quella matrice.

Tutta questa premessa, la debbo fare in quanto di parte, da studioso e da operatore, da rappresentante della categoria, è che ci sono i segnali positivi per lavorare e per promuovere questo discorso qui a Torino e nel Piemonte.

Che cosa è successo, tutti i settori, chiunque venga interrogato se si fa il consulente, ogni settore dice io sono diverso dagli altri, il settore è in cambiamento, ogni settore ha le proprie barriere anche di tipo linguistico, dirà che si è diversi, ecc.ecc. si è diversi; è in atto un cambiamento, cambiamento da una data ben precisa che è il 2001, quando col passare dell'abrogazione del titolo quinto, la modifica del titolo quinto dalla Costituzione, passaggio alle regioni, ha fatto sì che si è avviato un processo di trasformazioni degli operatori che erano prevalentemente operatori pubblici, quasi tutti enti pubblici, enti a partecipazione statale; in riferimento a enti a partecipazione statale oggi ce ne sono pochissimi: sei ancora Enti. C'è stato il primo passaggio alla societizzazione cioè la tra-

sformazione da Enti in società, accettando quindi un concetto di bilanci civilistici da portare in pareggio, ovviamente qualcuno ha fatto il passo oltre: dalla societizzazione si è passati all'aziendalizzazione (scusate questi brutti termini in zione), managerizzazione, in alcuni casi alla privatizzazione, è il caso proprio di Torino, il caso di Padova (fanno parte dello stesso gruppo), Milano che è quotata in borsa, Firenze, ecc.ecc.

Il settore sta cambiando con una velocità incredibile perché soltanto nell'arco di pochi anni ha avuto uno scossone che non ha mai avuto, perché, come diceva la professoressa Golfetto, le fiere si facevano in strada, attività pubblica. In genere,

fino all'800, quando c'era uno scambio di merci si faceva sul sagrato delle Chiese: si scambiavano animali e prodotti dell'agricoltura poi si è passato alle campionarie, quando con la rivoluzione industriale si è dovuto presentare il campione del processo industriale, un campione perché non si presentava tutta la produzione, poi si è passati, a metà del ventesimo secolo, ai saloni specializzati, che sono la grande novità dell'ultima metà del ventesimo secolo, però attenti: un altro cambiamento che sta avvenendo nei contenuti, nella breve storia dal sagrato agli specializzati, le fiere non sono più la rappresentazione o il luogo di scambio di oggetti, di beni, ma il luogo dell'accelerazione delle conoscenze e dei saperi, quindi funziona un po' da lievito del territorio per presentare saperi e conoscenza e cioè si smaterializzano i saperi.

Questo detto in positivo, in negativo c'è qualcosa che dobbiamo leggere nel senso che purtroppo, gli investitori, che erano appunto prevalentemente quegli enti pubblici di cui sopra non ancora trasformati, hanno lavorato in una sorta di estrapolazione, per cui hanno ampliato l'offerta dimensionale dei quartieri fieristici. Perché effettivamente fino al 1990 c'era una grossa carenza di spazi espositivi: Milano stessa era sofferente, in particolare il Salone del mobile non riusciva a essere contenuto negli spazi del vecchio quartiere fieristico, e per competere con altri grandi quartieri fieristici, particolarmente per fiere che non sono del territorio, stanno in quella matrice, come

diceva la professoressa Golfetto, ma non sono espressioni né del territorio, né dell'offerta, né della domanda, che, stanno nella situazione delle fiere hub, sono fiere scambio che possono stare lì, ma potrebbero stare altrove: altra caratteristica delle fiere scambio è che sono in quel quartiere fieristico, per capirci Cosmoprof si fa a Bologna, ma si potrebbe fare altrove: a Parigi, a Milano, ovunque, non è legato né all'Italia né al territorio bolognese; sono fiere che da un lato sono importantissime perché hanno quegli acceleratori che avete visto come moltiplicatori, però anche, non essendo radicate su quel territorio, possono essere oggetto di sottrazione da un quartiere all'altro.

C'è stato un aumento delle dimensioni e oggi c'è una sovracapacità produttiva. Rispetto alla capacità produttiva che abbiamo sommando i 40 grandi quartieri fieristici che fanno capo all'AEFI, aggiungendo gli altri, non dimentichiamo, in Lombardia, il primo gruppo sono 13, ma si arriva a circa 40 quartieri fieristici;

noi della AEFI ne abbiamo pochissimi di questi 13 o 40, se aggiungiamo tutta questa offerta di spazi, rispetto al venduto, siamo alla creazione di disvalore e in un momento di crisi in cui chiunque ha un business di capacità, pure questo è un business di capacità: sono circa 300 posti, devono essere sempre più riempiti così come i ristoranti, le università, un aereo non può viaggiare sotto una certa copertura di posti, se sono 160 si va in pareggio sopra ad un certo numero, sopra i cento, e così un albergo e così via; non ci possiamo più permettere, come sistema paese, di avere una quantità enorme di metri quadri e venduti neanche un quarto. Allora qui bisogna inventarsi nuove strategie.

Come vi dicevo faccio una lettura del sistema del settore in positivo e negativo. Da un lato c'è stato un cambiamento dal punto di vista aziendale, manageriale, di strategie, ecc. positivissimo. Dall'altro lato però c'è stata una corsa all'ampliamento che era figlia di esigenze del passato, che non sono più di oggi, di oggi

data la crisi, ma anche di oggi rispetto a un cambiamento degli eventi, esposizioni non più di oggetti ma di conoscenze, occasioni d'incontri dove l'allestimento, come diceva il Presidente ASAL, è importantissimo, perché a questo punto forse meno lo scaffale dove si presenta la merce, ma un luogo che consenta alle persone di incontrarsi; allora, cambiamenti dovuti alle dimensioni, cambiamenti dovuti alle strategie, miglioramento di servizi; dal punto di vista quantitativo è cresciuto ma anche dal punto di vista qualitativo.

Altro fattore critico: il portafoglio prodotti. Se facciamo una analisi del portafoglio prodotti di 40 quartieri fieristici più gli altri, vedrete che purtroppo c'è poca innovazione, il punto debole del sistema fieristico italiano, quindi qualsiasi, chi deve operare, chi deve promuovere, deve fare più su questo, sull'innovazione e sull'internalizzazione perché purtroppo anche in questo settore ci vuole più imprenditorialità e più innovatività. Si portano avanti ancora prodotti, per carità prodotti bellissimi, favolosi, con cicli di vita decennali, prodotti fieristici che hanno 100 e più anni: ci sono saloni che hanno 100 e più anni: Il Salone nautico di Genova ha 49 anni, il mio Nauticsud 40, ma ci stanno quartieri che hanno prodotti di 70/80 anni, ora trovare un prodotto, un servizio o un bene che abbia più di 10/20 anni, veramente sono miracoli come la Vespa che ha i suoi 60 anni. È un settore che deve ringiovanirsi, occorre inventarsi cose nuove; il salone del gusto è stata una innovazione; molto costosa ovviamente perché non è facile trovare delle innovazioni, prodotti che si reggono da sé; nel settore c'è bisogno anche di innovazione, di imprenditorialità, di cambiamento nel portafoglio prodotti e di internalizzazione.

Altro aspetto positivo è che sta passando un approccio di marketing, cioè sempre più si dà attenzione al cliente, si semplificano le letture, nel senso che non c'è più un solo modo di vedere l'insieme degli operatori del fieristico, ma c'è chi si occupa dell'immobiliare, chi fa spazi, chi fa i servizi, chi fa la parte organizzativa e chi fa la parte allestimento, sapendo che tutto questo è networking. Cosa ha di positivo questo settore che ho detto è giusto che se ne parli qui, è che è un settore che ha la positività della creazione





ne di valore, dove la creazione di valore che si genera in questo settore,\* (il valore è dato dal rapporto fra il get e il give, quello che ottengo rispetto a quello che do'), il nostro è quello che si ottiene qui è il networking, la capacità di relazioni che si genera nei quartieri fieristici, e poiché il networking è qualcosa che oggi vale tantissimo, ma tantissimo perché ci sono tanti modi per farlo, c'è la comunicazione, c'è internet, ci sono altri modi, questo è un valore enorme da ventesimo, da ventunesimo secolo, che è la trasformazione in atto.

Allora, velocemente vado a chiudere perché queste erano un po' luci e ombre che volevo portare sul settore fieristico e c'era qualcosa sul congressuale.

Detto questo, volevo anche mettere in rilievo come la crisi economico-finanziaria mondiale si sta abbattendo sul settore con risultati diversi; per valutarla abbiamo fatto una indagine con l'università, abbiamo intervistato il top management di 40 quartieri fieristici e organizzatori e che cosa ne è uscito? ovviamente le sintesi sono che non si può dare una chiave di lettura univoca essendo un mondo complesso e variegato, l'avete visto dalle matrici, ma pensate solo alle fiere locali rispetto alle fiere internazionali, alle b2b rispetto alle b2c, alle b2, ecc. non affrontabile con misure generiche perché le sfumature sono enormi, è interpretato in maniera diversa dagli operatori stessi in termini temporali e di impatto, quindi anche qui non c'è lettura univoca, si abatterà sia sui prodotti fieristici, sia sui quartieri, mi spiego, questo sarà un generatore di cambiamento e certamente si innoverà in termini di format fieristici, e già si vede, e in termini di uso dello spazio, cioè in pratica mentre nel passato, e lo dico con dispiacere perché rappresento la categoria dei quartieri fieristici, il quartiere fieristico era il monopolista

dello spazio, perché in quel territorio aveva un monopolio, lo spazio sta diventando un bene convenienza, un bene non specialty, mentre prima era specialty oggi è convenienza (banalizzato); essere possessori dello spazio è meno importante, questo cosa comporta che assumono importanza degli spazi che prima erano marginali e possono essere in centro città, capannoni, ecc, che si vanno a collegare in una sorta di costellazione col quartiere fieristico, ma non si svolge tutto più nel quartiere fieristico, ci sono alternative, quindi la crisi porterà nelle fiere ulteriori cambiamenti.

Ultima considerazione, questa, si abatterà anche sui contenitori, sui quartieri fieristici, dove quello che si chiede è che ci sia meno intervento del pubblico perché vi faccio un esempio, del Mezzogiorno che conosco bene; oggi ci sono: un quartiere fieristico che sta chiudendo, che è quello di Palermo, un altro che ha chiuso ed è Messina, altri due nuovi che stanno decollando, che forse non decolleranno, con grandissimi investimenti pubblici, uno in Calabria, e quello di Catania, dove però ci sono investimenti e dove ci sono occupati e molto probabilmente ci saranno interventi pubblici per salvare qualche cosa, ma semplicemente per salvare dell'occupazione, ma senza prospettive di mercato. Probabilmente l'occasione della crisi è proprio per fare chiarezza, non per spazzare i quartieri fieristici in quanto tali, ma per spazzare quelli che non hanno mercato. Quindi un approccio di mercato al settore credo faccia solo bene.

Grazie

\*(n.d.r.: il conduttore Carlo Cerrato, ricorda che il tempo a disposizione, un quarto d'ora, è passato; il Prof. Cercola chiede se deve sospendere, o chiudere, era ancora in premessa, o quasi).

*Carlo Cerrato: Grazie al professor Cercola salutiamo l'Assessore Altamura, che deve lasciarci e, chiudiamo il primo giro degli interventi con l'intervento dell'ingegner Claudio Artusi che è amministratore delegato di Fiera di Milano*

**Ing. Claudio ARTUSI,  
amministratore delegato Fiera Milano S.p.A.**

**A** guadagno di tempo, il mio intervento prevede qualche scheda, slide di descrizione di che cosa sta facendo, di che cosa ha fatto il sistema Fiera Milano, in particolare connesso con le ricadute sul territorio, di quello che sta per accadere, e poi se c'è ancora tempo anche due riflessioni sul rapporto Milano-Torino.

Innanzitutto una conferma totale sul fatto che le fiere sono dei fattori di competitività del territorio, tant'è che questa rappresentazione, che viene presa da studi internazionali, in realtà quando si deve leggere in termini comparati la competitività di un territorio, oltre che le popolazioni, la numerosità della popolazione, oltre che il pil, oltre che le università e così via, vengono indicati la qualità e l'entità dei sistemi fieristici congressuali. Questo fa sì che da parte dei decisori, da parte delle istituzioni che governano il territorio, rinunciare ad avere una propria sede di primaria rilevanza, di natura fieristica e congressuale, può essere un fattore di caduta di competitività. Questo è vero ed è altrettanto vero che questo ha comportato e comporta un fenomeno di ipertrofia e di iperproduzione di quartieri fieristici e congressuali, tant'è che di fatto il rischio è che si diventi tutti quanti un po' dei nani rispetto alla situazione internazionale che poi è il vero scenario competitivo, rischiamo di essere tutti un po' penalizzati, ma su questo, se faccio a tempo, tornerò nella parte finale del ragionamento.

Vediamo innanzitutto che cosa significa Fiera Milano: non vuole essere uno spot pubblicitario, è una scheda descrittiva: noi abbiamo circa 70 manifestazioni l'anno, quasi tutte completamente di natura b2b, business to business, di natura professionale, abbiamo 30.000 espositori l'anno, e all'incirca 5,5 milioni di visitatori, la maggior parte ovviamente sono visitatori professional, e associata a questo tipo di attività, sia correlate all'attività fieristica, sia in modo indipendente ci sono oltre 500 fra eventi, congressi e convegni, in realtà tutta questa attività fa sì che sul territorio ci siano delle ricadute molto importanti, queste ricadute lo sono ancor di più per la natura dell'attività delle fiere e dei congressi.

Qui abbiamo provato a rappresentare la differenza che c'è nell'impatto sul territorio fra l'industria manifatturiera, il mondo fieristico e congressuale e l'aeroporto, per dire sostanzialmente la leva che genera l'attività fieristico-congressuale sul territorio. Molto elevata, lo diceva la professoressa Golfetto, assolutamente lo confermo: per ogni euro che entra nel bilancio di Fiera Milano ce ne sono altri 9, 10, 11, a seconda della tipologia, che entrano nel bilancio di qualcuno all'interno di un certo tipo di bacino del territorio.

Naturalmente questo fenomeno è legato anche alla tipologia dell'uso del territorio che viene fatto dai partecipanti alle fiere ed ai congressi, sotto questo aspetto io vorrei mettere anche una sottolineatura per-



Claudio Artusi

ché è verissimo che c'è una convergenza fra attività fieristica e attività congressuale, però soprattutto ai fini dell'uso delle funzioni del territorio i comportamenti fra coloro che partecipano alle fiere e coloro che partecipano ai congressi sono molto diversi. Io che ho una moglie medico e quindi partecipo a dei congressi, giocosamente con lei dico che i congressisti sono molto meno seri dei fieristi nel senso che hanno molto più tempo a disposizione per fruire dell'offerta del territorio, della localizzazione del congresso, mentre chi partecipa alle fiere professionali sostanzialmente le utilizza fino all'ultimo e in alcuni casi arriva talmente stremato che non riesce neanche a fare delle attività addizionali, quindi in realtà ai fini della fruizione del territorio è bene fare una distinzione fra l'attività congressuale e l'attività fieristica.

## la ricchezza prodotta per e nel territorio



La ricchezza economica prodotta da Fiera Milano è per lo più al di fuori del quartiere



## le ricadute urbanistiche: il parco delle architetture



Oggi il territorio ha uno dei primi quartieri fieristici al mondo per dimensioni e qualità architettonica, funzionalità unita all'estetica e alla qualità delle realizzazioni.

Nell'area è presente un'altissima concentrazione di opere di architetti di grande fama e notorietà: **il parco delle architetture**

1. Fieramilano, ideato da Massimiliano Fuksas
2. I parcheggi, progettati da Mario Bellini
3. Gli alberghi, opera di Dominique Perrault
4. Opere a verde, disegnate da Andreas Kipart
5. Il complesso direzionale, progettazione 5+1 AA e Jean Baptiste Pietri



Ciò detto, ci sono una serie di manifestazioni con un grande effetto alone sul territorio, credo che su questo l'Italia, proprio in tema di competitività, e se mi consentite Torino e il Piemonte ancora di più, devono spingere. I cosiddetti fuori salone che fa la Fiera di Milano di fatto rappresentano delle dilatazioni dell'attività fieristica e la città ne viene totalmente coinvolta, devo dire il territorio, il bacino, vengono molto coinvolti. Naturalmente questo può accadere, in una città bella, in una città che ha delle cose da offrire. Noi, non so se posso dirlo, lo faccio, abbiamo un rapporto di partnership molto importante, molto serio, con gli amici di Hannover, ma fare oggettivamente i fuori salone ad Hannover è più duro, mentre invece su Torino e area torinese, il discorso fuori salone credo vada a giovare alla capacità attrattiva della fiera e del congresso che si realizza e vada a creare un effetto di ricaduta molto, molto più forte di quello che normalmente accade.

Di fatto Fiera Milano ha avuto tante ricadute sul territorio, ha dato tante ricadute e ha ricevuto tanto dal territorio; una brevissima classificazione: ci sono state delle ricadute urbanistiche importanti, innanzitutto proprio il Parco dell'architettura moderna, se volete, banalmente, ma in modo importante, però in questa slide ci sono dei numerini, naturalmente questo non è un congresso di urbanistica, ci sono ben 9 progetti importanti attorno all'area di Rho-Però di grande riqualificazione urbana, di grande riqualificazione territoriale, che stanno accadendo e che chiaramente non sarebbe mai accaduti se non ci fosse stata l'ancora del quartiere fieristico.

Naturalmente ci sono state le ricadute infrastrutturali, conosciamo tutti il nostro paese, sarebbe bello che venisse prima programmata l'infrastruttura, poi la funzione e quant'altro, però molto spesso se non c'è il motore dell'esi-

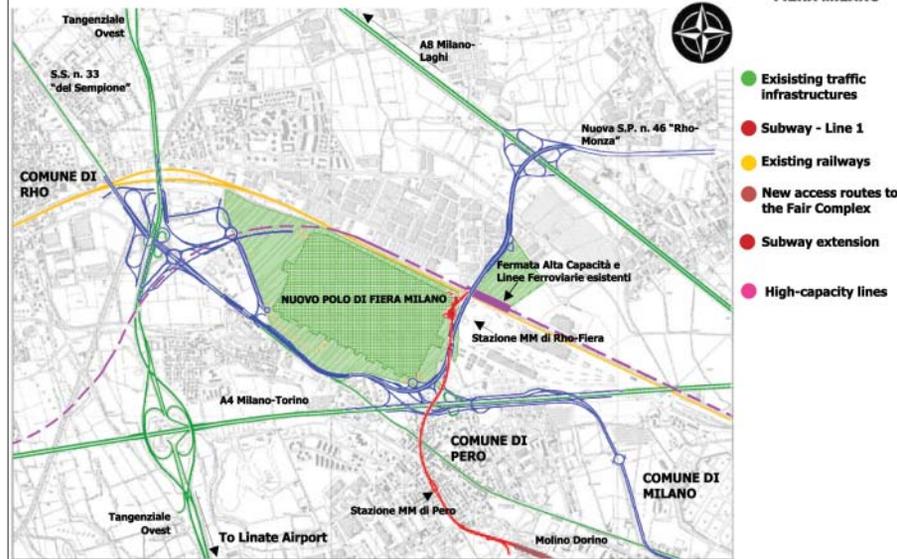
genza è più difficile che le cose vengano realizzate, quindi quando si parte a fare delle cose importanti poi c'è un effetto di trascinamento anche sulle infrastrutture. E poi ci sono le ricadute socio economiche, su questo non mi soffermo più di tanto perché mi pare che chi mi ha preceduto si è soffermato a lungo, e io vi devo dire che il tema della visibilità internazionale, anche di settori merceologici del territorio dove avvengono le fiere ed i congressi, è un tema che alle volte viene considerato come un fattore di comunicazione, anche un po' da brand e basta, in realtà ha poi delle ricadute materiali molto concrete perché l'identificazione fra la fiera, il territorio e il messaggio forte delle competenze che genera quel territorio, è un'identificazione che poi agli attori del territorio risulta particolarmente utile.

Un cenno sul futuro: Fiera Milano ha due grandi traguardi, uno il 2011 e l'altro il 2015.

Il 2011 è un nuovo centro congressi che verrà realizzato al posto della vecchia sede della fiera, peraltro facendo per la prima volta in Italia un'operazione al contrario, nel senso che finalmente noi scegliamo di ridurre gli spazi fieristici proprio perché non è più tanto lo spazio il fattore di competitività, ma quanto quello che accade dentro, di fatto, dopo aver fatto il grande centro a Rho-Però abbiamo ristretto ulteriormente la parte fieristica urbana.

Il secondo grande traguardo è l'Expo 2015 che è anche una grandissima fiera che si svolge per nostra fortuna in contiguità totale con il nuovo quartiere fieristico, per nostra fortuna, ma devo dire se non ci fosse stato il quartiere Rho-Però, Milano non avrebbe certamente potuto competere per ottenere questa candidatura dell'Expo 2015, quindi vedete ancora una volta come la scelta di potenziare il quartiere fieristico, di localizzarlo, ecc. sia stata una leva per qualcosa in più, in qualche modo una staffetta.

## le ricadute infrastrutturali



## la sfida del futuro: EXPO 2015



FEEDING THE PLANET, ENERGY FOR LIFE  
NOURRIR LA PLANÈTE, ÉNERGIE POUR LA VIE  
NUTRIRE IL PIANETA, ENERGIA PER LA VITA

L'area individuata per lo sviluppo del progetto è confinante con il quartiere di Fieramilano di Rho e dei 200 ettari individuati come sito della manifestazione.

Parte del progetto prevede, per la durata della manifestazione, il coinvolgimento anche di due padiglioni del quartiere Fieramilano Rho.

Il successo dell'operazione è in parte sicuramente dovuto al fatto che **il progetto potrà contare su una grande opera esistente e su infrastrutture di collegamento - strade, alta velocità e metropolitana - già realizzate o in fase di ultimazione.**

ma anche istituzionale, Torinese e Piemontese ci fosse un grande interesse a compartecipare all'uso condiviso del quartiere fieristico di Milano. Cioè io più che fare un discorso di quartiere in più, centro congressi in quanto tale, ecc. che è una competizione non facile, vista la vicinanza, e viste le dimensioni, i fatti pregressi, francamente la mia provocazione è: cercherei di fare in modo che il mondo piemontese e torinese potesse comandare, avere uno spazio di governo, uno spazio di governance, all'interno del sistema fieristico di Milano e questo non è un fatto di campanile, badate bene, ma in realtà ormai i grandi sistemi fieristici competono a livello sovranazionale. Per cui se Milano pensasse di ridurre in termini provinciali la logica dell'uso di questo grande quartiere, di questa modalità, queste competenze di organizzare le fiere ed i congressi, sarebbe destinata ad una regressione in termini competitivi e non credo che questo sia l'interesse dei milanesi né quello che accadrà; se deve essere il grande quartiere del territorio, diciamo di un pezzo del territorio della direttrice 5 è giusto e sarebbe opportuno che i grandi attori territoriali che gravano su questo territorio possano essere non soltanto dei fruitori commerciali di questa opportunità, ma essere anche degli attori decisionali all'interno di questa comunità, è una visione, è un sogno, ma vista la provocazione che ci ha fatto con questo convegno l'ingegner Paparo e, anche proprio quella di guardare avanti, io mi sono permesso di lanciare questa idea.

Mi fermo qui perché volevo fare due brevissime considerazioni sul rapporto fra Torino e Milano perché anche l'uditorio a un certo punto si chiederà, tutto bello, tante belle cose, siete belli, ricchi, forti, grandi, ma, e Torino? Su questo a costo di essere anche un pochino impopolare, sia da un lato che dall'altro preferisco dare un messaggio molto franco.

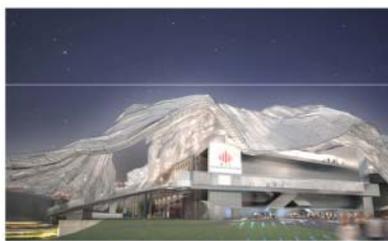
Torino a mio avviso ha, fra le altre cose, una grandissima ricchezza rispetto a Milano: cioè ha fatto un turn around di marketing territoriale, ha fatto un salto formidabile di capacità di modificazione della propria missione e del proprio modo di apparire a livello mondiale, cioè Torino in poco tempo, non solo grazie alle Olimpiadi, è diventata un centro d'interesse mondiale per il turismo, turismo d'affari, turismo culturale, ecc. Questo è un primo fatto importante che Milano di fatto come motore autonomo non ha sviluppato, anche proprio come strumenti, quindi scusate, permettemi di dirlo, nella comparazione fra Torino, intendo dire Torino allargata, il Piemonte, in Lombardia c'è una capacità di Torino e del Piemonte di proporsi al mondo a prescindere dagli asset che ha e che non ha, molto più efficace, proprio perché molto più sviluppata di quella degli ultimi 10 anni che a Milano.

La seconda considerazione riguarda il fatto che Milano ha guardato alle Olimpiadi di Torino con la testa rivolta dall'altra parte e Torino continua a guardare la Fiera di Milano con la testa rivolta dall'altra parte; io vi devo dire che questo è contro la ragionevolezza perché nel momento in cui in treno da Porta Susa al quartiere fieristico di Rho-Però si impiegheranno 55 minuti (e io che vivo a Milano impiego su per giù lo stesso per arrivare a Rho). io dico che il quartiere Fiera Milano che oggi è equidistante da Torino e da Milano, francamente mi sarei aspettato e mi aspetterei che da parte del tessuto economico,

Carlo Cerrato: Ringraziamo l'Ing. Artusi e peccato che non sia l'Ing. Salza in sala, sarebbe una provocazione che lo inviterebbe a nozze. Adesso possiamo aprire il dibattito, se c'è qualche stimolo che viene dalla sala, abbiamo il tempo per questa idea di fare di expo 2015 l'expo del nord ovest? : intanto c'è l'Ing. Stroppia che chiede la parola per una domanda.

Carlo Cerrato: Ringraziamo l'Ing. Artusi e peccato che non sia l'Ing. Salza in sala, sarebbe una provocazione che lo inviterebbe a nozze. Adesso possiamo aprire il dibattito, se c'è qualche stimolo che viene dalla sala, abbiamo il tempo per questa idea di fare di expo 2015 l'expo del nord ovest? : intanto c'è l'Ing. Stroppia che chiede la parola per una domanda.

## la sfida del futuro: il nuovo centro congressi



	Centro Congressi attuale	Nuovo Centro Congressi - Portello
Capienza	5.500 posti	18.000 posti totali
Auditorium		1 auditorium da 1.500 posti
Sala Plenaria	1 plenaria da 2.000 posti	1 plenaria con 4.500 posti totali
Sale Conferenze	35 sale da 20 a 800 posti	73 sale da 20 a 2.000 posti
Area espositiva	11.500 mq espositivi	21.790 mq espositivi (sono disponibili ulteriori 32.300 mq nei padiglioni 3 e 4)



**Ing. Stroppia:** domanda no, brevissimo intervento, anche, e piccola presentazione: io ho dedicato 30 anni della mia vita pubblica a ufficio comunale, provinciale, regionale, nazionale, poi ho costituito dei consorzi expo per l'internazionalizzazione delle fiere. In questi 10 anni, comprendendo 150 imprese, abbiamo frequentato un centinaio di fiere internazionali, anche perché le leggi di riferimento ci permettono solo di frequentare questo, ma con la mia memoria vado a raccogliere dagli 8 interventi ascoltati, alcune considerazioni intelligenti e puntuali, ma faccio un salto molto indietro, quando c'era stato il primo progetto per il primo programma di rifinanziamento del polo fieristico e Torino ha scelto la strada della legge regionale e non della legge nazionale per la riqualificazione. Oggi è una di quelle conseguenze, io ricordo il sogno del Mi-To fieristico che richiedeva un pezzo più in qua, quello che è stato detto adesso dal direttore, se ricordate, non era proprio Rho e Pero, c'era l'ipotesi di spostare un po' più verso Torino; la collaborazione, fare sistema, purtroppo noi viviamo in Piemonte, il Piemonte è colpito da una maledizione che io chiamo di Montezuma, i piemontesi del nord poco frequentano e poco conoscono i piemontesi del sud; provate a farli collaborare fra di loro, cosa che io sto facendo con grandissima fatica, e credo sia uno dei suoi limiti. Ultima cosa: il sistema dei trasporti: signori assessori, per venire da Malpensa a Torino: quei pochi trasporti che ci sono nel sistema viabilistico, stradale, sono a porte chiuse, io che sono un canavesano, legato ai biellesi e valdostani, non possiamo prenderlo: non si ferma. Ho concluso, mi fa piacere che ci sia un torinese che adesso dirige la Fiera di Milano: penso che con questo spunto che lei ha lanciato possa essere contento, non dimentichi però che per i milanesi Torino "a le cula roba là anturn a la fiat che ma smia sia al fund di corso Zara, le nen parei?"

Carlo Cerrato: *Da un canavesano a un altro canavesano: Giovanni Caligara, Presidente Fiera di Arona, è giusta questa provocazione che fa Stroppia ?*

**Giovanni Caligara:** Mi prende impreparato, ho sempre sentito parlare di Torino e Milano e vorrei che si parlasse, soprattutto con l'ingegner Artusi, anche di noi. Su Arona, sul lago Maggiore potremmo dare molto di turismo, molto di fiere, per esempio Arona ha una fiera che quest'anno è alla 47esima edizione; per vari motivi politici che non potrò mai dire, non si è riusciti a costruire dei padiglioni, siamo una delle più vecchie fiere, si parla di Torino Lingotto, Milano, RhoPero, perché non pensare qualcosa a Arona e Lago Maggiore, potrebbe essere la vera zona turistica che può far creare qualcosa per l'incontro sia del Piemonte che della Lombardia.

Carlo Cerrato: *Grazie al presidente Caligara e, a proposito di insediamenti in Piemonte, se non ci sono domande, coinvolgo qualcuno io, un intervento:*

**Federico Boario:** mi occupo di territorio e di agroalimentare, credo che dobbiamo superare il passato, e dimenticarci del perché è successo quello che è successo; sono uscite alcune suggestioni che sono venute da questo convegno, che mi farebbero pensare ad un nord ovest che parte da Bergamo e arriva fino a Cuneo per intenderci, in cui ci sono due poli: Torino che per sua vocazione diventa un vero polo congressuale e Milano che per sua vocazione diventa un polo di grandi fiere, di fiere hub internazionali, servite da tutto quello che serve per queste fiere. Non so se sia una sciocchezza, però forse si riuscirebbe non a instaurare un dualismo Milano Torino o trilateralismo Genova Milano Torino, ma veramente si riuscirebbe ad avere una specializzazione di più sulle nostre città e contemporaneamente un utile per tutti i nostri operatori che a Milano troverebbero tutte le soluzioni necessarie.

**Zerbo Giovanna:** sono un architetto, che ha organizzato e sta organizzando, come volontariato, una piccola mostra tipo consumer per un piccolo paese dell'Alto Monferrato in provincia di Alessandria: Montaldo Bormida; spostato l'attenzione dalle grandi mostre, manifestazioni, convegni, ai piccoli centri. che comunque da questo studio sugli eventi fieristici del Piemonte, mi sembra che la provincia di Alessandria ne rappresenti circa il 10% e visto che Alessandria è fatta da 190 comuni molto piccoli che magari rappresentano 500 abitanti in media, saranno sempre mostre di tipo consumer, piccole.

Per noi è molto importante questa legge per la quale siamo qui a questo convegno. Questi eventi si svolgono su forze volontarie dove anche il finanziamento regionale, che può aiutare a promuovere e a sponsorizzare ancora di più questi eventi, sono molto importanti. Chiedo se queste sovvenzioni possono arrivare in tempo perché l'ente possa promuovere al meglio questi eventi; l'evento di cui parlo, gardening in collina, mostra mercato floro vivaistica, viene realizzato su una sede fieristica realizzata con fondi strutturali europei, docup, e il territorio è candidato all'Unesco come territorio doc, docg del Piemonte; siamo nel meridione del Piemonte, ci diamo da fare per fare anche noi la nostra parte, chiedevo sui tempi di questi finanziamenti.

Carlo Cerrato: *grazie, la gireremo all'assessore per le conclusioni finali, io resterei in provincia di Alessandria; prima l'assessore parlava di due grosse realizzazioni che hanno bisogno di essere utilizzate, una proprio in provincia di Alessandria, abbiamo in sala un dirigente di Valenza Expo Events, Franco Fracchia, quale è il suo punto di vista su come riempire di contenuti queste strutture?*

**Franco Fracchia, Valenza Events:** intanto per noi l'occasione è estremamente interessante, abbiamo ascoltato interventi di autorevoli esponenti che possono dare contributi importantissimi; noi siamo gli organizzatori di Valenza gioielli, che si è tenuta a battesimo per la prima volta ad ottobre a Valenza. Si è giocata di un quartiere espositivo di cui dirà nella seconda parte della sessione di lavoro il presidente Bono, presidente di Expopiemonte. Indubbiamente oggi Valenza ha una risorsa strutturale, architettonica perfettamente inserita nel paesaggio, straordinaria, Valenza non si confronta con i grandi centri fieristici, con i grandi poli, non si confronta con Rho-Però, bensì è all'insegna del piccolo e bello, Valenza, con Valenza gioielli è una fiera espressione del territorio, fiera b2b che ha già portato grosse novità. Ricordo, informo che nell'ottobre scorso, come diceva l'assessore Ricca, Valenza è riuscita ad effettuare una politica di incoming fortissima e selettiva, con circa il 15% di visitatori stranieri sul totale dei visitatori, tra l'altro che, data la nostra collocazione in un ambito territoriale che - come diceva la Prof. Golfetto, ho ascoltato attentamente la sua relazione e l'ho trovata interessantissima - Valenza non gode oggi di infrastrutture tali da favorire visite massicce e numerose, ha avviato a questo sistema infrastrutturale da perfezionare, con tutta una serie di interventi logistici che vedono Milano, Torino e Genova con gli aeroporti, con le infrastrutture importanti, come link di attrazione e di arrivo a Valenza. Questo vuol dire, dal nostro punto di vista, che Valenza deve continuare a perseguire una mission di qualità e selettività, può rappresentare un momento importante per il territorio provinciale in senso lato, Valenza continuerà a progredire nella politica di incoming, perché noi abbiamo il raffronto e il riscontro importante, cito per esempio l'ottobre scorso, perché è l'unico esempio del centro espositivo, operatori stranieri, provenienti da 54 nazioni, in termini di qualità 3 Kazaki, 3 statunitensi, ecc. che sono quelli che portano effettivamente uno sviluppo dell'indotto e poi ricadute sul territorio.

Sui temi generali penso parlerà il Presidente Bono in seguito.

**Cristiana Gandini,** si parlava di provincia, rappresento Expo blot a Caresanablot, che è stata citata prima. A Caresanablot è stato realizzato un centro fieristico molto grande, con una superficie veramente grande, ce l'abbiamo noi in gestione dal 1° gennaio, abbiamo in programma per il 2009 una decina di eventi fieristici, due già realizzati tra gennaio e febbraio; una parte adesso il 16 di aprile e poi ce ne sono altri 7 programmati nel corso dell'anno; è una realtà nuova, attiva da tre mesi, abbiamo la volontà di far partire in modo molto deciso questa struttura partendo prima da quelle che sono le risorse locali del territorio, cercando di posiziarla e farla diventare comunque poi un punto di riferimento almeno a livello nazionale; è evidente che non si può partire subito con la pretesa di diventare un punto di riferimento a livello nazionale, stiamo costruendo nel

tempo tutta una serie di eventi per farci conoscere e riconoscere, per portare valore aggiunto al territorio e di conseguenza farla diventare un punto di riferimento nel Piemonte; può essere un collegamento comodissimo tra Milano, Torino, Alessandria. Io sono alessandrina di origini e conosco molto bene la realtà della fiera di S.Giorgio, altra Fiera alessandrina regionale senza strutture perché da anni la facciamo sotto dei tendoni o in una caserma ormai dismessa, questa struttura che invece è nata nel Vercellese può veramente diventare un punto di riferimento per buona parte del territorio piemontese.

**Ignazio Martinengo:** Sono presidente di un'associazione di volontariato. Da 25 anni facciamo un salone internazionale d'arte fotografica dedicato alla identità, alla storia e alle radici del cappello. Da ormai 6 anni ci dedichiamo ad una esposizione internazionale con salone e mostra dedicati all'artigianato del cappello femminile (la signora Gandini era una fra le signore in giuria) e abbiamo avuto dei creativi arrivati dal Giappone, dalla Corea, dagli Stati Uniti, però nessuno sa nulla, nessuno ci dà una mano. Una mano ci viene data perché se no non riusciremo a farla, ma è una inezia rispetto a quello che potremmo fare, si tenga presente che questa manifestazione è l'unica del genere in Italia, si parla tanto di crisi, di aiutare i giovani, se qualcuno ci desse una mano forse riusciremmo a fare qualcosa di più.

Carlo Cerrato: *Allora, la richiesta di aiuto da Alessandria, altri interventi: prego*



*Alberto Guizzardi*

**Alberto Guizzardi:** Gestisco una manifestazione internazionale che si chiama Euromineral expo. Io volevo ringraziare l'ingegner Artusi che non conoscevo affatto, lo ringrazio per il pungolo che ci ha dato. Io sono nato a Torino, da molti anni ormai, sono andato a vedere Valenza quando è successo, che mi ha entusiasmato che è una iniziativa importante che fa vedere che siamo vivi e mi piacerebbe tanto che si finisse di parlare di Milano che si dice che siamo brutti, cattivi, piccoli, perché

intanto non è vero, a Milano io ho lavorato in Kodak, ho molti amici, anche come aziende, abbiamo da poco, ma in modo importante, abbiamo gente nuova al centro fieristico, con cui non sono in società, non ne parlo bene per questo, che è viva, che si muove, crea manifestazioni nuove, quindi io inviterei tutti gli organizzatori piccoli o grandi, non importa, a non piangerci addosso, ci sono grandi opportunità. Vi do' un esempio, noi da 7 anni siamo partiti perché ci faceva arrabbiare il fatto che Monaco, regione dell'Alsazia, fosse importante in Europa e noi molto più in basso; oggi questa battaglia è quasi vinta, grazie all'aiuto della Regione. Oggi portiamo a Torino a Euromineral expo, fiera internazionale, anche un espositore che arriva da Israele, possibilità ne abbiamo e capacità pure, l'unica cosa su cui vorrei insistere, e che auspico che succeda, quello che è il tema fondamentale di questo convegno, è stato organizzato da Paparo che ha un ruolo importante, che lotta per queste cose da anni, e lo ringrazio sentitamente, vorrei che tutte le istituzioni dal Comune, Provincia, Camera Commercio, Regione, le Banche, tutte le istituzioni, che ringrazio, ci aiutassero a fare comunicazione.

Comunicazione non vuol dire fare i depliant, i poster, oggi è molto più importante di prima, l'ingener Artusi lo sa certamente, costi enormi, per ottenere 10 bisogna spendere 100 e non ce lo possiamo permettere, ma le istituzioni sì, se noi facciamo sistema anche nella comunicazione e informiamo delle opportunità che possono cogliere gli espositori, i visitatori, certamente vinceremo.

Ripeto invito le istituzioni a darci una mano per sviluppare il tema di questo convegno che dice promuovere il sistema, facciamo comunicazione quindi care istituzioni dateci una mano a farlo.

*Carlo Cerrato: Se non ci sono altri interventi, direi di chiudere il dibattito, abbiamo il tempo necessario per un breve giro di 3 minuti ciascuno ai relatori che sono intervenuti prima, poi facciamo concludere all'Assessore, lasciando le conclusioni, traendo lo spunto un po' dalle domande che sono state fatte e vorrei, agganciandomi all'ultimo intervento e anche al tema della nostra giornata che è promuovere il sistema fieristico e congressuale, dopo che abbiamo introdotto tutti i temi di carattere economico, strutturale, di strategie, soffermarci su come farli crescere attraverso la comunicazione, su come promuovere meglio il sistema fieristico e congressuale e lo spunto colto in diversi interventi, comincerei dal fondo e darei subito la parola all'ing Artusi*

**Ing. Artusi:** Gli interventi che ci sono stati da parte dei partecipanti e degli ascoltatori, fanno sì che sia opportuna una precisazione perché sotto il termine fiera cadono troppe cose. La mia testimonianza, la storia che rappresento è quella di una grande fiera internazionale, in realtà poi c'è tutta una realtà di iniziative locali, il fatto che siano più piccole o che siano locali non significa che siano marginali, che quindi vanno trattate con delle modalità di natura normativa e criteri economici in modo completamente diverso. Volevo tornare su questo concetto di area di influenza di una grande funzione, come in questo caso è Fiera Milano, su un'area ben più vasta che quella milanese e che abbraccia Torino. Io sono convinto che per consentire alla stessa fiera di Milano di poter esprimere fino in fondo la propria



*Claudio Artusi*

capacità attrattiva nei confronti del mondo, è assolutamente necessario far sì che il territorio di riferimento, come minimo guardando verso Occidente, arrivi almeno fino a Torino. La mia sollecitazione e il desiderio che esprimo è che di fatto ci sia una attività di promozione di natura alberghiera, culturale, per quanto concerne la ristorazione, tempestiva, appropriata, tale da consentire a chi decide di partecipare ad una grande fiera internazionale di poter fruire delle opportunità che derivano dal Piemonte e da Torino, questa è la sfida che faccio, i mezzi possono essere dal portale a progetti tipo destination Torino, ma sostanzialmente la grande opportunità che Torino ha, fra le altre, è quella di intercettare i grandi flussi, peraltro anche molto ricchi, cioè di persone benestanti, che arrivano a Rho-Pero, fare in modo che abbiano come momento o di destinazione o di origine Torino; e questa non è una rapina nei confronti di Milano, perché il sistema alberghiero di Milano, notoriamente nei grandi eventi non regge, bisogna andare da tutt'altre parti per poter andare a dormire, mi chiedo se gli alberghi attorno a Porta Susa e di Porta Nuova (non ho interessi sul sistema alberghiero) non possano rappresentare un pacchetto molto più attrattivo. Se vengono qui alla sera o al mattino questo significa una serie di cose anche sulle opportunità di fruizione che ci possono essere.

*Carlo Cerrato: Mi sembra che anche nella replica ci sia stato uno spunto di riflessione non indifferente, allora adesso passerai la parola al prof. Raffaele Cercola*

**Cercola:** m'è parso che la discussione rifletteva un po' il sistema paese italiano, cioè molta confusione sia di ruoli che di livelli; bisogna fare ordine, quali sono i ruoli, il pubblico e il privato, e di gerarchie perché si è parlato di tutto di più.

In termini di gerarchie bisogna decidere: strategie, organizzazione e azione (fra cui la comunicazione, che è stata molto chiesta), a monte ci deve stare la strategia, i soggetti che devono fare questa organizzazione, strategia, comunicazione, o possono essere il territorio con tutti i partners: industria manifatturiera,

ecc. da un lato e dall'altro lato gli organizzatori, i fornitori di servizi e al centro di questa clessidra fra organizzatori e fornitori di servizi c'è il quartiere. Il quartiere si fa carico di questa cerniera fra questi due mondi. Se è vero questo, dobbiamo avviare delle scelte, non possiamo fare tutto tutti. Ho sentito parlare di questa scelta che mi piace, per il paese, Torino fa il congressuale, Milano fa le fiere; mi sono alzato ho chiesto conferma all'ing. Artusi, bastava leggere il giornale ieri, è stato firmato il contratto all'impresa LATI che costruirà il più grande centro congressi d'Italia a Milano. Se è vero questo, ormai in Italia tutti vogliono le università, gli aeroporti, le fiere. Bisogna fare delle scelte; la fiera piccola, la sagra, non si nega a nessuno, c'è spazio per tutti però bisogna fare gerarchia e ordine e pure chiarendo bene il ruolo del pubblico e del privato perché se è vero che il pubblico può intervenire sulle infrastrutture e sulle strutture, sulle attività soft no, sono attività che si devono reggere da sole, se no viene meno un principio fondamentale della concorrenza; gli operatori devono fare attività soft; il pubblico può fare le attività hard, Milano se l'è fatto da solo, sia il quartiere che il centro congressi, non gli altri, e poi il pubblico se vuole promuovere il territorio fa dei soft di promozione.

Evitiamo di fare tutti le stesse cose: se andiamo a leggere i piani strategici delle città d'Italia, tutti vogliono fare eventi, fiere e congressi, è l'ultima moda, prima supermercati, centri congressi, centri multisala, porti, mi sembra mancanza di fantasia e di innovazione; noi dobbiamo essere attenti al rispetto della concorrenza e collaborazione nell'ambito del paese, ma anche come presentarci all'estero. Se è vero che eravamo carenti di strutture fieristiche, ne abbiamo fatte troppe. Milano andata fatta e l'ha fatta, però Roma si fa un quartiere fieristico esattamente al 50% di Milano e non riesce a saturarlo, è una follia, Bologna si è ampliata, Rimini si è ampliata, e così via, attenti al rispetto della competizione e della concorrenza; la stessa cosa: centro congressi a Milano (ha firmato ieri), Napoli lo sta facendo, Roma lo sta facendo con Fuksas dopo aver fatto altri privati, Rimini ha dato incarico a Botta... Centri fieristici da competizione internazionale, allora è il paese che compete o no, allora per chiudere, il problema è cercare di dare gerarchie: quando

ragioniamo in termini di sistema paese, ci vuole un accordo, e qui l'invito che faccio alle Regioni è di essere più coordinate, qui ci sono parecchi al tavolo, facciamo ogni tanto le riunioni dell'osservatorio regionale, conferenza stato regioni, conferenze regioni, ecc., ci vuole più collaborazione, ricordate che quella benedetta abrogazione modifica dell'articolo quinto, ha fatto un bel problema: avete sentito le fiere grandi non hanno una sfera regionale, sono internazionali, ci vorrebbe una cabina di regia nazionale, cosa sia non lo so, però ci vuole e deve funzionare, ogni regione fa tutto e poi come sistema paese perdiamo.

*Carlo Cerrato: Prima mi è sfuggita una richiesta di intervento, allora prima di dare la parola a Pierpaolo Vaj lascerei lo spazio per un brevissimo intervento.*

**Elisa Lombardo di bakeca.it:** bakeca.it è un sito di annunci gratuiti, leader in Italia; bakeca è uno dei siti più importanti ed è torinese, è un sito di annunci gratuiti, e vorrebbe essere partecipe di questa promozione di tutte le fiere, congressi presenti a livello nazionale, quindi invito tutti gli organizzatori, città per città, a contattarci perché noi vi aiuteremo nelle vostre p.r. on line, nel promuovere il Vostro evento, la Vostra organizzazione, ai 3milioni e mezzo di utenti unici che abbiamo ogni mese; quindi bakeca.it contattateci saremo ben lieti di aiutarvi nella vostra comunicazione e promozione.

*Carlo Cerrato: a proposito di comunicazione, mi sembrava azzeccato. Allora Pierpaolo Vaj*

**Pierpaolo Vaj,** io sono perfettamente d'accordo con il Presidente Cercola, anzi mi ha rubato una cosa che ho scritto anch'io, ma non l'ha copiata di sicuro. Anche come allestitori, l'abbiamo già detto anche se sembra sia anacronistico, noi abbiamo organizzato con Aefi e CFI due forum della filiera fieristica uno nel 2007, uno nel 2006, e avevamo iniziato il discorso dicendo che ci vuole una cabina di regia, parlavamo non su scala nazionale, ma va benissimo anche su scala regionale, bisogna evitare secondo noi nel modo più assoluto, le clonazioni.



*Claudio Artusi, Francesca Golfetto, Mirella Calvano e Giovanni Paparo*

Il Salone del mobile (non perché io sia milanese) è il salone di Milano, che poi venga fatto a Roma, a Monza, tutte queste ripetizioni non portano nessun beneficio, sono distruttive, non fanno altro che depauperare l'importanza del primo e vero salone. Il Salone del mobile di Milano è riuscito in Europa a rendere meno importante quello di Colonia, tutti vengono al Salone del mobile di Milano; sono d'accordo che la mostra della gioielleria sia a Valenza, quella del tartufo a Alba, la prof. Golfetto parlava di Verona che si identifica col vino, altre città hanno voluto fare le mostre del vino, è sbagliato, non ci devono essere altre fiere del vino, le clonazioni non vanno bene, si deve andare verso la specializzazione. Se Arona fa la mostra del fiore, non so quello che c'è a Arona, la deve fare solo lei. Per organizzare una cosa di questo genere ci vuole un sistema di controllo, una cabina di regia territoriale, nazionale, in modo che regoli queste cose.

**Carlo Cerrato:** *questo intervento potrebbe aprire un convegno di 2 giorni, siamo in chiusura, prof. Golfetto, le lascio il posto, mi è piaciuto molto il riferimento a Rimini che ha mezzo del bacino di utenza mangiato dal mare e Torino?*

**Francesca Golfetto:** Io come studiosa di management non mi sento di dire a nessuno di ritirarsi dalla competizione, è vero il mondo è complesso, difficile, è già occupato, c'è Milano, c'è Rimini, c'è Bologna, sono tutti aggressivi e tutti hanno già fatto tutto e non ci sarebbe quasi spazio per nessuno; però queste sono le regole con cui i nostri imprenditori combattono tutti i giorni, se uno parte dal principio che è stato fatto tutto, stiamo tutti a casa, non si fa più niente.

La competizione bisogna conoscerla, capirne le regole, capire cosa possiamo fare, cosa non si può fare, e con questa strada si possono superare molti ostacoli, una fiera piccola a Valenza deve sapere che è un incubatore e che tra pochi anni i suoi espositori l'abbandoneranno per andare da un'altra parte, più visibile, e però dovrà ricominciare da un'altra strada da un'altra parte, secondo me non bisogna rinunciare, bisogna conoscere le regole e i rischi che si hanno con queste attività, se no siamo sempre lì ad aspettare il sistema pubblico, la pensione, i sussidi, la cassa integrazione.

**Carlo Cerrato:** *Grazie alla professoressa Golfetto e adesso l'ingegner Paparo*

**Giovanni Paparo:** Desidero proprio di cuore ringraziare tutti i partecipanti da questa parte del tavolo e da quest'altra, perché sono venuti fuori dei contributi molto interessanti e degli stimoli, vedo che l'Assessore Ricca ha segnato tanti appunti, ringrazio anche il prof Cercola per le cose che ha detto e, ritengo, di cui tutti dobbiamo tenerne conto, e anche per le cose che ha detto la prof. Golfetto.

Io vorrei riallacciarmi all'intervento dell'amico Guizzardi, è un organizzatore di una delle poche fiere internazionali che ci sono a Torino: Euromineral expo. Vivendo a contatto con gli operatori fieristici, per loro per noi, il problema è quello della comunicazione, la difficoltà di comunicare, con l'esplosione, quanti canali tv ci sono, siamo bombardati in maniera impressionante, quindi riuscire a far sentire la propria voce, far conoscere la propria manifestazione nel proprio bacino d'utenza alle volte diventa un'impresa quasi impossibile e soprattutto costosa in una maniera che non è alla portata di nessun piccolo operatore.



Questo è un tema sul quale mi permetto di insistere perché su questo aspetto ci vuole veramente la collaborazione di tutti. Noi abbiamo messo come tema fieristico-congressuale, ma le fiere sono anche un grandissimo veicolo, canale, turistico, portano presenze negli alberghi, e quindi tutti quanti devono fare la loro parte, tutti quanti devono aiutare e far sì che quando si fa una fiera questa diventi un evento che attraverso una moltitudine di canali coinvolge la città.

Mi permetto di ricordarlo, mi è capitato sotto mano miart, l'abbiamo pubblicato sul nostro sito expofairs.com, c'è la notizia, freschissima, Miart, dal 27 Marzo la mostra miraggio un dialogo d'arte tra la fiera e la città, cioè la città di Milano ha organizzato queste esposizioni di opere di artisti contemporanei in vari punti strategici della città in occasione di Miart. Qualche cosa si fa ogni tanto anche da noi, mi permetto di segnalarlo, mi sembra un esempio, non mi vergogno di dirlo, da Milano nel campo della comunicazione delle fiere abbiamo tanto da imparare, stiamo attenti a quello che fanno e non vergogniamoci di copiare qualcosa.

**Carlo Cerrato:** *grazie a Giovanni Paparo, la parola per concludere, per tirare un po' le fila di queste due ore abbondanti di discussione, all'Assessore Luigi Sergio Ricca, la voce della Regione che farà tesoro degli stimoli che sono emersi questa mattina*

**Luigi Sergio Ricca.** Sicuramente sarà così, ringrazio non soltanto i relatori ma anche le sollecitazioni che sono arrivate da un pubblico, che è stato molto attento per tanto tempo alle cose che si dicevano anche da questa parte, che sono state ritenute significative.

Ma non voglio fare delle conclusioni, raccolgo alcuni spunti soltanto: ci sarebbe da raccogliere da subito quello di Vaj, un'altra provocazione rispetto a quello di Artusi, quella della specializzazione, certamente il legame col territorio è stato per molto tempo un punto di forza, ma rischia di trasformarsi anche in un vincolo per una ulteriore crescita, la concorrenza è ampia



e la globalizzazione è quella che è. È necessaria una massa critica, magari si hanno tante grandi fiere, ma non sono come fossero un unico avvenimento in grado di imporsi. La prof. Golfetto da questo punto di vista ha dato una risposta.

Prima di raccogliere qualche altra considerazione voglio dare uno spaccato, perché bisogna essere realistici anche nella nostra regione, di quello che è il panorama delle manifestazioni piemontesi oggi esistente: su 600 manifestazioni inserite nel calendario fieristico del 2009, ne abbiamo l' 85,5% che hanno connotazione di manifestazione locale, di fiere consumer che hanno una funzione importante sul territorio, certamente, ma forse più di animazione del territorio e di promozione di alcune realtà, importanti più che imporsi come grandi elementi di attrattività del bacino del territorio, l'11% percento delle manifestazioni ha caratteristiche regionali, il 3,5 nazionali e soltanto l'1% internazionali. Ragioniamo anche in questo scenario che ha le condizioni, sono state richiamate anche questa mattina, per crescere ed evolvere.

Dico subito che la provocazione dell'ing Artusi è una provocazione che non si può ignorare o accantonare a cuor leggero, forse quando parliamo di rapporto tra Piemonte e Lombardia, tra Torino e Milano, dobbiamo andare oltre a quella indifferenza che è stata richiamata, a quel complesso di inferiorità o superiorità, a seconda di come lo si legge, da una parte o dall'altra, trovare i modi di avere questa collaborazione, si è parlato di uno spazio di governance da guadagnare, bisogna fare una riflessione. Io penso al ruolo, l'ho segnato qui e la prof. Golfetto mi ha anticipato, di come le nostre strutture regionali possano svolgere quel ruolo di incubatore che è stato individuato e richiamato, perché credo che questa sia una sinergia importante che noi possiamo stabilire.

Per quanto riguarda altri aspetti, Golfetto ha evidenziato due questioni importanti: la prima è quella dell'accessibilità, e io penso che su questa le istituzioni piemontesi abbiano lavorato e, mi riferisco anche a Malpensa, all'accessibilità in generale

delle strutture fieristiche. Abbiamo lavorato con forza per trovare le soluzioni, per arrivare a dei risultati, gli ostacoli sono stati di natura diversa, cercare il consenso ampio per la valorizzazione del territorio piemontese e per aprire i collegamenti europei: Torino Lione e alta velocità Torino Milano la dicono lunga, credo che un collegamento più rapido non soltanto autostradale, che in parte adesso c'è, tra Torino e Malpensa, penso anche al nodo di Novara, possa essere l'impegno su cui le istituzioni possano fare ancora molto; prima di toccare la seconda provocazione, la seconda questione che Golfetto ha messo in campo è quella dell'imprenditorialità, su questa la risposta però, quando ha parlato di Rimini, le istituzioni possono fare qualcosa, ma molto dipende dal territorio dal resto degli operatori e alla fine è stato sollecitato molto il sostegno alla comunicazione, come comunicare, come fare sistema, certamente è uno degli aspetti che devono essere affrontati ma da questo punto di vista non si può pensare all'ente pubblico soltanto come un ente dispensatore di risorse, anche perché sono assolutamente limitate anche per gli enti pubblici, di questi tempi in particolare; in tempi di risorse pubbliche scarse, esse devono essere utilizzate soprattutto come volano di eventi che servano per lo start up per lo sviluppo di eventi e che poi devono porsi nelle condizioni di saper camminare da soli e cercare di fare strada anche da soli.

Questo non implica che non ci possa essere una iniziativa di promozione coordinata, che anche la presidente Bresso richiamava all'inizio, e che cercheremo in qualche di conseguire, credo anche che la sollecitazione a migliorare il collegamento tra gli attori interessati al settore sia assolutamente fondamentale e da raccogliere e cercheremo di muoverci anche in questa direzione.

Ci sono state anche altre questioni: finanziamenti, tempi di finanziamento di quegli eventi locali che sono stati richiamati, in cartellina c'è la deliberazione con le modalità di accesso ai finanziamenti e le richieste e tempistiche ed è un approfondimento che potremo vedere nel corso della giornata in un rapporto diretto. Vi ringrazio ancora e auguro buon proseguimento lavori per il pomeriggio.

*Carlo Cerrato: grazie all'assessore Ricca, e ne approfitto per dirvi che ho accettato molto volentieri questo invito a moderare questa mattinata di lavori perché come responsabile del servizio pubblico radio televisivo qui sul territorio, grazie all'impegno della Regione, stiamo facendo grossi passi in avanti.*

*In questi giorni è entrato in funzione il nuovo trasmettitore di Monte Pellice, grazie alla convenzione Rai e Regione Piemonte che ci consente di coprire tutto il territorio. Parlando di eventi sul territorio, ci tengo a sottolinearlo, è un momento importante per noi grazie all'impegno della Regione e della Rai. Le zone che erano buie, non ricevevano il segnale del TGR Piemonte (tutto il basso alessandrino, novarese, il vercellese, il biellese, che ricevevano il TG della Lombardia, adesso ricevono quello del Piemonte) e mi auguro che le nostre redazioni possano servire sempre di più il territorio e anche gli eventi che sul territorio nascono e devono svilupparsi.*

*Noi, con le nostre quattro edizioni quotidiane e i giornali radio raggiungiamo circa un milione di persone al giorno, cercheremo di essere sempre più un servizio sul territorio: sollecitateci, contattateci, noi cercheremo di essere il più possibile vicini al territorio.*



Marco Cavaletto. Tutto per richiamare i nostri ospiti, dopo questo catering piuttosto interessante, a prendere posto.

Credo che possiamo cominciare i lavori del pomeriggio di questo convegno, abbiamo anche l'On. Besso Cordero che ci ha raggiunto, riprendiamo perché il nostro Convegno, il convegno che l'Amministrazione regionale in collaborazione con Expofairs e con Assofiere, ha voluto mettere in campo per fare un ragionamento di partenza alla luce della nuova legge regionale.

Questa mattina sono state molte le suggestioni, ma anche le contestazioni e le provocazioni e le critiche che sono giunte agli intervenuti al convegno. L'assessore Ricca ha fatto una illustrazione di quelli che sono gli intenti dell'amministrazione dopo la nuova legge regionale, ci sono stati interventi, acuti, ricordiamo quello della prof. Golfetto, piuttosto che quello dell'ing Artusi, che ci hanno messo di fronte ad una situazione della strumentazione a disposizione del nostro territorio che non sempre è di per sé positiva.

Dagli interventi di questa mattina, che tutti i nostri intervenuti al tavolo hanno avuto modo di ascoltare e anche apprezzare, noi dovremmo partire. Questa mattina la prof. Golfetto, come è già stato richiamato in chiusura dall'assessore Ricca, ha fatto due riferimenti, le amministrazioni regionali, le amministrazioni provinciali, le amministrazioni comunali, ciascuna per la propria competenza, dovranno intervenire, per esempio in una infrastrutturazione più moderna, efficace, al passo con i tempi, ma l'altra osservazione che la prof. Golfetto faceva riguardava proprio l'imprenditorialità, attorno a questo tavolo abbiamo sostanzialmente gli operatori del settore

fieristico, quindi le persone che di questa imprenditorialità devono farsi in qualche modo carico; passerei la parola al presidente di Expo Piemonte, Guido Bono, che ha un compito piuttosto arduo perché gli è stato affidato un grande e bel contenitore, che però deve ancora avere i suoi contenuti, molti li ha già, interessanti e importanti e fondamentali per l'economia della nostra regione, quelli legati alla gioielleria. Valenza è sicuramente punto di partenza e di arrivo della gioielleria italiana e forse anche mondiale, però forse non bastano i due, tre avvenimenti che si possono realizzare a Valenza. Quindi Guido Bono, cosa vogliamo fare sui Expo Piemonte, la parola a Guido Bono.

#### Guido Bono, presidente Expo Piemonte

A differenza di quanto è successo questa mattina che tutti, partendo dalle proprie realtà, hanno dichiarato di non volersi fare pubblicità, io voglio fare uno spot: Expo Piemonte aprirà i suoi battenti a maggio, pur non essendo ancora ufficialmente aperto ha già ospitato un importantissimo evento che tutti conoscete Valenza gioielli; è un centro fieristico espositivo che ha parecchie caratteristiche che elenco e di cui dirò in seguito. Queste caratteristiche sono:

- . nelle dimensioni: dimensioni contenute;
- . nella localizzazione, quindi baricentrica ad un certo territorio, il centro tra Torino, Milano e Genova;
- . nel suo aspetto, lo dico io l'hanno già detto altri, caratteristiche estetiche architettoniche di pregio, e non poteva essere diversamente visto che nasce in un certo contesto, ed è collocato in un territorio che ha una tradizione fortissima.

Dal punto di vista delle dimensioni, visto che parlo a persone che sono del mestiere, è evidente che il dimensionamento di un centro fieristico porta alla natura delle manifestazioni che si possono fare all'interno, è un centro relativamente piccolo se considerato rispetto ai nostri vicini e grandi concorrenti, chiamamoli così anche se di concorrenza non si tratta, che ci sono a Torino e sono Cassa Risparmio Torino e Lingotto Fiere; è piccolo, ha la possibilità di accogliere delle manifestazioni che hanno certe caratteristiche e non altre e questo già posiziona, da un punto di vista fisico, Expo Piemonte, ha delle caratteristiche architettoniche e su questo non mi dilungo, avrete il piacere, se vorrete, di essere ospitati da noi per visitarlo, questo è il punto fondamentale, ha delle caratteristiche legate al territorio, al contesto produttivo, anche questo non c'è bisogno che lo descriva, legato al mondo della gioielleria, un mondo che ha sede, tradizione, storia, passato, presente, futuro, riconosciuto a livello mondiale.

Tutte queste caratteristiche che cosa fanno: determinano un posizionamento di un centro fieristico, che ha un ruolo, che deve essere prima conosciuto e poi affermato, questo ruolo, (la seconda, lasciatemi dire, battuta che faccio oltre allo spottone che sto facendo per Expo Piemonte), ha un ruolo d'aiuto; non sono qui a chiedere aiuto alle istituzioni, ma cerco di darlo; esagerando un po', definendo il centro congressi Expo Piemonte, con un posizionamento sia fisico che di marketing che può aiutare, e qui arrivo al punto centrale del convegno di oggi, a determinare una guida del sistema. Stiamo parlando di promuovere il sistema, prima di promuovere, bisogna chiedersi se esiste questo sistema e su quali componenti questo sistema è articolato.

Noi cerchiamo, all'interno di questo sistema, con delle caratteristiche diverse da quelle dell'imprenditore privato, noi siamo una società a carattere prevalentemente pubblico in cui la Regione Piemonte detiene circa il 40%, un sistema che abbia degli attori che abbiano una riconoscibilità, un ruolo, un posizionamento quindi se di sistema si deve parlare questo è fatto di attori, l'attore Expo Piemonte ha certe caratteristiche, certe vocazioni e certe aspirazioni, quella del legame col territorio è la sua realtà produttiva che è sostanzialmente quella orafa, ma non dimentichiamo che Valenza, l'alessandrino, Expo Piemonte è all'interno di un territorio che si chiama Monferrato, da questo è facile immaginare cosa possa venir fuori in termini di eno-gastronomia, territorio, turismo, che è corollario a eventi fieristici, ha delle caratteristiche legate alla grande capacità che il territorio esprime: capacità artigianale, imprenditoriale, di design innovativa, che ha portato questo territorio ad essere conosciuto nel mondo, quindi l'aiuto che noi stiamo cercando di dare alle istituzioni, per poi chiedere delle cose, è ovvio, è di far capire chi siamo chi vogliamo essere dove vogliamo andare.

Vogliamo cercare di posizionarci nel territorio piemontese e non solo, con delle caratteristiche che ho cercato di elencare prima; questo può servire alle istituzioni, che sono padrone a casa nostra, insieme ad altri enti, cito la Cassa di Risparmio, le Fondazioni bancarie di Torino e Alessandria, non è solo pubblico Expo Piemonte, può aiutare le istituzioni a capire come organizzare questo sistema, è un sistema, deve essere secondo me un sistema altrimenti si corrono quei rischi che sono stati molto ben elencati stamattina, di duplicazione, di sovrapposi-

zione, di concorrenza non sana. La concorrenza è sana perché chi è capace a fare le cose lo faccia sapere, lo faccia bene, la concorrenza non sana è voler avere tutti le stesse cose e non si possono avere perché ci sono delle caratteristiche diverse a seconda della situazione, ma ritagliare il proprio territorio in termini di posizionamento e di marketing, vuol dire presentarsi anche al mercato in termini decisi, con le risorse necessarie e cercare di mappare il territorio dei quartieri fieristici che sono presenti in Piemonte, in Lombardia e in Liguria, questo è il nostro riferimento per quanto riguarda la parte territoriale, in modo tale che anche le manifestazioni potenziali che possono essere accolte all'interno dei centri fieristici, del nostro in particolare, abbiano una coerenza, una collocazione, un ruolo che sia facilmente identificabile. Io non credo che i centri fieristici siano delle scatole in cui ci può stare dentro tutto, soprattutto, mi riferisco a quelli simili al nostro, devono, per uscire dal pantano della concorrenza insana, dalle difficoltà di duplicazione, devono assumere un ruolo.



È chiaro che poi a livello più piccolo e specifico dentro un quartiere fieristico può starci di tutto, se però è riconosciuto, e noi in questo siamo facilitati come Expo Piemonte, con un posizionamento preciso e chiaro, con delle potenzialità, che secondo me ci sono in quel territorio, è molto più facile per le istituzioni definire un sistema che sia governato, per le parti in cui l'istituzione può governare, quindi dove c'è una componente pubblica, che sia organizzato anche per quelle parti che non sono pubbliche, e che dia una coerenza complessiva al sistema.

Ecco qui la mia interpretazione di sistema; dopo questo e non prima si può promuovere, attraverso la comunicazione, gli investimenti, le promozioni, anche nei confronti degli organizzatori, però con un ruolo chiaro.

La cosa chiave che a me interessa in questo momento sottolineare è questa: Expo Piemonte nasce da poco, è all'interno di un territorio che ha delle caratteristiche molto precise che vuole sviluppare, vuole sviluppare manifestazioni coerenti con queste caratteristiche e vuole entrare all'interno di un sistema che deve avere una guida superiore, diciamo così, mi è piaciuto molto quello che è stato detto stamattina: ci sono delle gerarchie, certo, ci sono delle gerarchie e dei ruoli, la gerarchia di una governance è superiore e per quanto riguarda gli enti in cui l'istituzione è presente con delle risorse, come nel caso nostro, è un ruolo superiore di coordinamento che non può che essere fatto sulla base di una dichiarazione chiara e precisa di posizionamento, di ruolo e di missione del centro espositivo.

*Marco Cavaletto. Grazie. Se ci sarà la possibilità, faremo poi un secondo giro, magari un po' più rapido. Anche dalle considerazioni emerse questa mattina sulla necessità di promuovere il sistema fieristico come un mezzo per raggiungere particolari obiettivi, di tipo economico, per enfatizzare, per creare le condizioni di attrazione di flussi turistici, penso che Livio Besso Cordero possa darci una indicazione, come egli vede, dal suo ruolo di presidente di ATL Turismo Torino di avere un sistema fieristico all'altezza.*

**Livio Besso Cordero,  
presidente ATL Turismo Torino e Provincia**

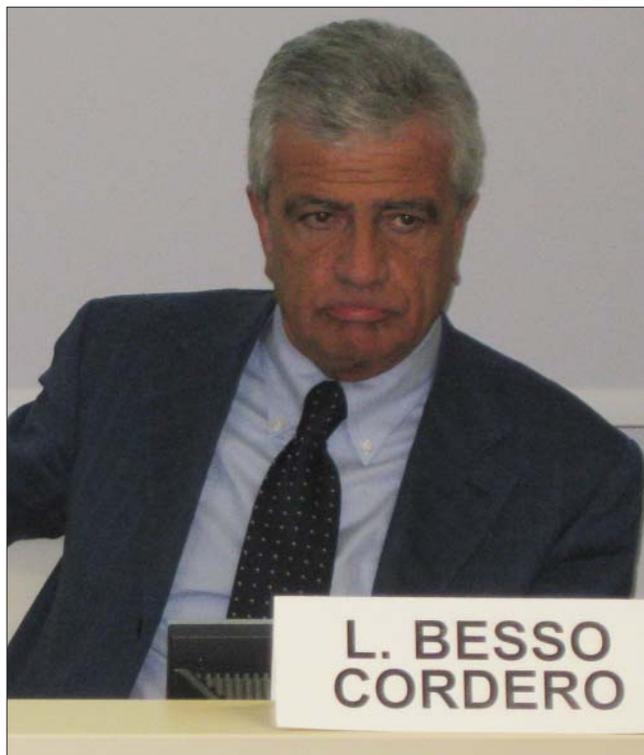
Io non mi aspettavo di dover intervenire subito, speravo di sentire qualche altro intervento per avere qualche seduzione in più. Parto da un ragionamento che facevo questa mattina in un'altra riunione tenuta in sala rossa a Torino, dove opportunamente, io credo, la città di Torino ha pensato bene di presentare le cifre del proprio bilancio sulla scorta di tutta un'analisi che è stata fatta anche alla luce delle difficoltà che esistono oggi, per gli enti pubblici, a far quadrare i conti, presentando questo bilancio alle varie componenti, fra cui una di queste, per fortuna, anche a noi di Torino e provincia, e proprio alla luce delle difficoltà che ci sono per vedere quali sono gli stimoli che potevano venir fuori. Io l'ho trovata particolarmente positiva perché credo che un po' di anni fa una cosa del genere non sarebbe successa e mi collego a quello di cui stiamo parlando oggi perché ritengo sia un segno dei tempi: in questo senso, cito qualche cifra, a memoria, ma non vado lontano dalla realtà:

Nel 2001/2002 a Torino, c'erano presenze turistiche per circa 1.500.000 persone, parlo di presenze, non arrivi, cioè notti in albergo

Nel 2005 queste presenze turistiche sono diventate 3.300.000 dico Torino, intendo Torino e area metropolitana, quindi c'è stato un incremento formidabile in pochissimi anni

Lasciamo perdere il 2006, anno delle Olimpiadi in cui i numeri sono aumentati di parecchio, ma è anomalo. Il 2007 è stato un anno per certi aspetti di crisi, tutte le città che hanno celebrato le Olimpiadi, a partire dalla tanto mitizzata Barcellona, hanno pagato l'anno dopo, in termini di presenze, la celebrazione dei giochi olimpici.

Il 2008 ricomincia a salire, il 1° aprile ci sarà la conferenza stampa in Regione per fornire i dati, non abbiamo ancora i dati definitivi, io non voglio fare anticipazioni, ma i dati che ci



sentiremo dare, elaborati dall'Osservatorio regionale, saranno dati di tutto rispetto, rispetto ad una curva che ricomincia a salire ed è in controtendenza, badate bene, rispetto al mercato turistico di altre e più importanti situazioni nazionali. A cosa è dovuto questo, arrivo alla questione di cui vuol sapere il dottor Cavaletto, credo questa cosa sia dovuta anzitutto ad una formidabile azione che gli enti pubblici hanno fatto tutti assieme sul mercato nazionale e internazionale posizionando Torino, la sua provincia, la sua regione in modo diverso da così come era connotata tradizionalmente; l'effetto sorpresa, la percezione di una Torino non più solamente della Fiat, della Juventus, la Torino grigia, industriale, la Torino noiosa, ha sicuramente voluto dire molto e parallelamente si sia in un qualche modo posizionato una realtà diversa per quel che riguarda la percezione di Torino e del Piemonte in modo tutto diverso.

Faccio un altro esempio: recentissimamente Torino Convention Bureau, quindi non Turismo Torino e Provincia, ha celebrato a Torino e a Venaria un importantissimo evento che si chiama EMEC, cosa ha voluto dire, ha voluto dire portare a Torino i 500 maggiori organizzatori di congressi a livello internazionale partendo proprio da tutta l'Europa e con una presenza piuttosto importante anche di americani. È un investimento che è stato fatto, soprattutto da Regione Piemonte, Città di Torino, provincia di Torino, Camera di Commercio, per posizionare Torino in un modo tutto diverso, cioè Torino come città di congressi.

Su questa strada io ritengo che, e sarà interessante sentire quello che ci racconta Fabrizio Gatti, se assieme a questo tipo di offerta si riesce anche a posizionare un'offerta di tipo fieristico con un polo degno di tale nome e si riesce a fare sistema su una promozione che deve essere complessiva, questa è la scommessa che bisogna giocare, non solamente andare in giro a parlare di Torino come città di turismo, ma di turismo, congressi, fiere, credo che si possano ottenere dei risultati molto

consistenti nel futuro perché, e chiudo, il congressuale, per quel che compete a me, ma spesso il congressuale porta dietro anche il fieristico, è un settore in cui la novità viene sentita molto, i congressi sono ciclici una volta sono a Londra, una volta sono Parigi, una volta sono a Roma, ma dato che poi girano si possono fare delle candidature che portano degli importanti congressi nella nostra città, magari non l'anno successivo, ma l'anno dopo, l'anno dopo ancora, aprire una finestra molto importante, io credo che sta alla capacità nostra di riuscire a fare una promozione integrata a livello di città e di territorio, la grossa scommessa su cui verremo chiamati a competere sarà proprio questa. Il mercato è molto competitivo, ma proprio perché molto competitivo, io credo che Torino si sia utilmente attrezzata, sulla scorta anche dell'esperienza olimpica, con le camere d'albergo che sono passate da 14000 a 17000, con la costruzione di nuovi alberghi, con un miglioramento oggettivo che la città ha avuto, e anche con un miglioramento di tutta l'offerta su tutta la regione, credo ci sia la possibilità di porsi sul mercato in modo adeguato

Mi fermerei qui.

Marco Cavaletto. *Io mi sento già molto sollevato perché i due interventi non ci hanno chiesto di mettere ulteriori risorse per la promozione del sistema, lo dico per mettere le mani avanti nei confronti di Fabrizio Gatti, che è il rappresentante dell'Unione Industriale di Torino, che sicuramente non dimenticherà di porre questa questione magari al centro del suo intervento.*

**Fabrizio Gatti,  
rappresentante dell'Unione Industriale di Torino  
e presidente di Expo 2000**

Buongiorno a tutti, grazie anche agli organizzatori, io ricopro la carica di essere presidente di Expo 2000, società che

gestiva fino a giugno 2008 il centro congressi del Lingotto e che sta chiudendo la gestione dell'Oval perché come voi sapete la Expo ha bandito una gara, per quanto riguarda appunto la concessione della gestione dell'Oval, che è stata aggiudicata al gruppo GL Events che oggi è qui a questo tavolo, la risultante finale di questa operazione sarà la consegna a Torino di un patrimonio fieristico di primordine con il quale la stessa città di Torino, potrà aspirare ad essere meta, il Dr. Varnier vi spiegherà meglio di me quali sono le prospettive che

derivano da questa operazione, però Torino può candidarsi nuovamente a città importante nel quadro, panorama, fieristico nazionale e internazionale, anche da questo punto di vista ci sono auspici buoni.

La Expo aderisce all'Unione Industriale, che ha costituito il proprio settore che si chiama GTA Gruppo turistico alberghiero, all'interno del quale sono rappresentate tutte le aziende che si occupano di turismo a vario livello e oggi sono qui proprio in rappresentanza di Unione Industriale Torino e vorrei esprimere velocemente 5 concetti.

Il primo è che crediamo come Unione molto importante il fatto che dopo circa una ventina di anni la Regione Piemonte abbia adottato un disegno di legge che in qualche modo va a razionalizzare e nel contempo dà le leve per la promozione del sistema fieristico regionale; questo è un primo fatto nuovo da registrare che ci vede favorevolmente d'accordo a questo tipo di operazione.

Il secondo elemento nuovo che è intervenuto, come dicevo in premessa, è che si è conclusa la gara per la concessione dell'Oval e Torino ha la possibilità di avere all'incirca 80.000 mq di superficie nel proprio quartiere fieristico, cosa che consente di candidare Torino in certe operazioni.

La terza questione, ci suggeriva in qualche modo l'ing. Artusi, specialmente nell'intervento conclusivo, ci ha lasciato con una sorta di provocazione; alla luce di quello che sta suc-



cedendo, Milano è un player importantissimo di fama nazionale e internazionale; questo credo che apra la necessità di riflettere su un aspetto: in qualche modo la promozione del business fieristico-congressuale è legata anche al ruolo che le grandi città oggi ricoprono, non leggo contrapposizione con quanto Artusi diceva ad una sola condizione, che noi diamo una lettura dello sviluppo di Milano nei prossimi dieci anni come grande città nazionale, che rappresenta il paese, grande hub verso l'Italia, e diamo in qualche modo un ruolo a Torino, quando dico Torino evidentemente dico il Piemonte. il suo circondario, tutti i grandi centri, ruolo di città regione, questa è una mia opinione del tutto personale, noi avremo un futuro del nostro paese che è fatto di grandi città regione (non significa cinte daziarie, sia chiaro questo) quando dico Torino, dico Torino e Piemonte, Torino e cioè il Piemonte è stata la sede delle olimpiadi, e avremo una forse due città nazionali come grande capacità di attrazione di investimenti, grande capacità di attrazione di operazioni, di know how, grande capacità di attrazione di eventi.

Se questa è la visione: ci sta; Milano che fa delle cose e Torino e il sistema piemontese ne fa delle altre, se è un'altra, come diceva correttamente la prof.

Golfetto, corriamo il rischio di non avere leve di sviluppo, ma corriamo un rischio di contrazione. Lo dico perché da questo punto di vista la promozione dei sistemi fieristici congressuali non può essere assegnata solo agli operatori, ma ha bisogno di una strategia della città, per svilupparsi, sempre ammesso che questa assunzione che ho dichiarato possa essere corretta.

Io personalmente dopo qualche anno di esperienza sul campo la vedo così. Da questo punto di vista le operazioni di razionalizzazione che la regione e la città stanno facendo vanno in qualche modo in questa direzione

Il quarto elemento, e qui veniamo alla provocazione che l'amico Marco faceva, significa non dimenticarsi che oltre all'hardware c'è un software da collocare su questo hardware.

Noi come Unione Industriale pensiamo occorra aprire una seria riflessione sul mercato degli eventi in relazione a quel ragionamento che facevo sulle città, sulla tipologia degli eventi e delle cose che si fanno all'interno di questi grandi assets. Crediamo che contrariamente a quello che si dice, sia maturo il fatto di riaprire un ragionamento sugli eventi e sulla qualità di questi eventi e credo che ci debba essere un futuro in cui anche le risorse pubbliche devono

permanere sugli eventi, lo dico perché siamo in presenza di una discussione di contrapporre il giusto livello di welfare e fare o no la manifestazione culturale, guai a queste impostazioni, ma banalmente, per un ragionamento: parliamo di spesa pubblica come leva a disposizione che genera lavoro e occupazione e parliamo di leva che se ben usata è volano di spesa anche di tipo privato.

Il ragionamento sul turismo d'affari è uno, ma il ragionamento sul fatto di avere interventi di tipo pubblico che siano il volano per interventi di tipo privato, ben venga il ragionamento che si fa nella legge per contributi di start up piuttosto che altro, credo siano assolutamente importanti, sapendo che due siano gli elementi per uscire da una discussione su spreco o investimento; il primo elemento: per gli eventi di tipo fieristico ci deve essere una forte connessione con i tessuti e i sistemi delle imprese che ci sono su quel territorio, il ragionamento è città regione e non città nazione, credo che i centri fieristici che abbiamo in Piemonte e a Torino debbano essere luoghi dove le filiere produttive significative sono e tornano a essere rappresentate; tornano ad esserci perché questa è una delle funzioni tipiche;

il secondo ragionamento è quello di una seria valutazione delle ricadute; ormai ci sono metodi consolidati per misurare la qualità di un investimento pubblico che non sia solo fatto di mattoni, ma sia anche fatto di brainware, di software, di software culturale, ecc. Riteniamo che per questa parte di spesa debba essere accompagnata da una valutazione delle ricadute.

Ultimo flash come Unione Industriale stiamo cercando di fare la nostra parte, l'anno scorso abbiamo messo in piedi un evento dedicato al mondo dell'informatica, il tosmo, è stato un primo evento che si è svolto al centro congressi del Lingotto e già quest'anno verrà espanso, esempio paradigma di questo, Torino città che fa della società della conoscenza, dell'informatica, che ha un tessuto produttivo importante, che spesso è costretto a lavorare a Milano, non c'è nessuna ragione per cui Torino non possa rappresentare questo contesto. Per questo abbiamo scelto di fare un salone che ha avuto la prima edizione nel 2008 e nel 2009 comincia ad avere numeri significativi importanti.





Marco Cavaletto. *Grazie e adesso la parola a Lorenzo Livrieri, direttore compartimentale movimento Piemonte, Valle d'Aosta di Rete Ferroviaria Italiana, al quale chiediamo quando andremo a Milano in 55 minuti, ma non tanto perché noi si vada a Milano a lavorare, quanto i milanesi o coloro i quali vanno a Rho Fiera, come diceva stamattina Artusi, possano venire a Torino a dormire a Porta Susa.*

**Lorenzo Livrieri,  
direttore compartimentale  
movimento Piemonte,  
Valle d'Aosta, Rete Ferroviaria  
Italiana**

Ringrazio prima di tutto gli organizzatori per aver invitato anche il gruppo FS a questo tavolo così prestigioso; la

prima risposta è la più facile, noi stiamo lavorando sulla Novara Milano, sapete che la Torino Novara è già in funzione dalle Olimpiadi.

Marco Cavaletto. *Mi scusi se la interrompo, un dettaglio non di poco conto per noi torinesi che un po' ce la tiriamo, davanti alla stazione ferroviaria di Milano, proprio davanti, nel piazzale molto grande, c'è un orologio che indica 250 giorni dal momento in cui Torino e Milano verranno collegate, ora diciamo che si collega con Torino in meno di un'ora è importante, ma forse anche noi a Torino dovremmo dire la stessa cosa, io a Porta Nuova ci passo tutti i giorni, ma vi assicuro che di orologi di questo genere non ce ne sono.*

Probabilmente i piemontesi, io non sono nato a Torino, ma è più di 40 anni che sono qui, i piemontesi hanno il difetto di lavorare senza fare tante scene, probabilmente dipende un po' da quello. dicevo, noi stiamo lavorando, dicevo la tratta Torino-Novara è stata inaugurata per le Olimpiadi, ha fatto già il suo lavoro, addirittura con qualche treno siamo andati a Malpensa in quel periodo; la tratta Novara-Torino sta procedendo bene e chi passa in autostrada può già vedere dei treni, sulla tratta Novara Milano, l'appuntamento è al 13 dicembre di quest'anno al cambio orario, insieme al completamento della tratta Milano Roma, quindi un'ora di percorrenza fra Torino e Milano è un fatto molto vicino, dicevo chi percorre l'autostrada la può vedere perché la messa in servizio di una tratta alta velocità, viste le alte velocità, in realtà l'esercizio commerciale è molto successivo all'esercizio tecnico, quindi noi facciamo una serie di corse di risalita, si parte da velocità bassa, si registrano tutti i parametri, e se i risultati sono positivi, diciamo per notizia che sulla tratta siamo già arrivati a 300 km all'ora, quindi diciamo che senza orologio stiamo rispettando le scadenze.

Se c'è tempo volevo fare una rapida carrellata, per dire quale contributo.

Mi son chiesto cosa poteva dare il gruppo a questo tavolo, avevo preparato una serie di foto ma sono già state fatte vedere questa mattina, perché probabilmente gli operatori del settore conoscono già, però mi è sembrato interessante fare un sunto di quello che il gruppo FS ha fatto, quando ha potuto, perché come tutti ben conoscete, purtroppo le ferrovie nascono prima e le fiere nascono dopo, quindi si tratta quando si può di fare degli aggiustamenti.

## Fermata di Rho Fiera Milano – Il Contesto





Le realtà più significative di cui parlavamo anche prima, la Rho Fiera Milano, i lavori sono ancora in corso, finiranno fra qualche giorno, però la fermata è già stata utilizzata a cavallo del novembre dicembre dell'anno scorso in occasione dell'Artigianato in fiera; abbiamo avuto una frequentazione altissima, ci sono stati, vi ricordo che a Rhofiera arriva sia la metropolitana, sia la ferrovia; abbiamo avuto un doppio servizio cadenzato a 15 minuti della metropolitana e un doppio servizio cadenzato a 15 minuti dei treni. La stazione di Rhofiera è vicinissima al polo fieristico, l'offerta dei treni è considerevole, abbiamo fatto un conto: c'è una offerta di 190.000 posti a sedere al giorno, mi sembra già di tutto rispetto; è chiaro che gli AV alta velocità, gli eurostar della nuova linea non fermano, però come per tutte le manifestazioni che hanno un interesse, hanno uno spessore commerciale, si possono sempre aggiungere fermate speciali in occasione di eventi speciali che lo richiedano. L'altra realtà, la spesa, i lavori sono stati considerevoli, poi è stato un lavoro unico con i lavori dell'alta velocità, lo scavalco della linea storica, è venuta fuori anche la fermata di Rhofiera, si parla di 80 milioni di euro, la spesa complessiva dei lavori dell'alta velocità che ha interessato quella zona dell'attraversamento.

Questa (foto) è ancora la fermata di Rho Fiera, questa è la parte sotto, metropolitana, che è collegata in sotterranea, poi c'è un grosso tunnel, ma probabilmente le avete già viste in funzione; ce ne sono tante, pensavo di fare una selezione, comunque, diciamo, l'altra realtà di cui volevo parlarvi è la fermata di Fiera di Roma, è sulla tratta Fiumicino Roma, conoscete tutti, è servita da una linea ferroviaria che vede due tipi di servizi diversi: ci sono i non stop Aeroporto Roma Termini e poi invece la linea FR1 che serve la fermata fra l'altro anche di Roma. Anche qui l'offerta è di tutto rispetto, ci sono 60 treni al giorno per senso di marcia, 120, 132 treni al giorno, diciamo che l'offerta è di tutto rispetto, offerta che già attualmente c'è. Ci sono anche dei lavori previsti, lavori di potenziamento nella zona della fermata di Rho? perché l'Aeroporto ha in programma di raddoppiare i passeggeri nel 2020 e si sta pensando a un raddoppio di servizio sull'aeroporto, quindi ne beneficerà anche la fermata di Rho fiera, qui abbiamo una overdose di foto, che rallentano, non voglio togliere troppo spazio, altra interessante esperienza che abbiamo fatto è a Rimini Fiera, questa è una fermata nuova, fatta apposta per la Fiera, quindi la Fiera di Rimini può vantare una fermata interna alla fiera, perché è a 50 metri dall'ingresso del quartiere fieristico.

## Stazione di Torino Lingotto – Il contesto

La stazione situata sulle linee Torino-Genova e Torino-Savona è servita giornalmente da una media di 280 treni



Torino Lingotto FS

Per parlare di Lingotto, che probabilmente interessa il tavolo un po' di più, come numero di treni ne ha già tanti, Lingotto è interessato da 280 treni, attualmente, sicuramente saprete che con la fine del passante a Lingotto avverranno attestamenti incrociati, quindi anche i servizi da Milano potranno servire il Lingotto.

Il punto debole, per adesso, dalla stazione di Lingotto è che l'attuale sottopassaggio che è stato pensato e costruito, perché prima l'area dove c'è l'Oval era tutta area ferroviaria, chi si ricorda, io ho vissuto le varie cessioni ai vari enti

nel corso degli anni, era pieno di binari, le nostre realtà sono cambiate e abbiamo ritenuto giusto porle a disposizione per scopi più produttivi, noi usavamo poco quei binari, quando è nata la stazione il sottopasso serviva esclusivamente la stazione, adesso abbiamo in progetto, in programma un progetto di collegamento della stazione e della parte fieristica; abbiamo già un primo finanziamento, il progetto completo prevede l'ingresso nel polo fieristico, i soldi per fare tutto non li abbiamo, adesso una prima fase che metteremo in cantiere velocemente, è invece il prolungamento del sottopasso che consente di attraversare tutti i binari e arrivare a ridosso del cancello che separa le due proprietà, chiaramente con ascensori, barriere architettoniche, ecc. questo consentirà, quando serve, tranquillamente di raggiungere il polo fieristico senza difficoltà, senza fare giri strani; appena avremo la possibilità studieremo insieme col Comune e con tutti gli attori interessati il prolungamento all'interno; ragionevolmente un anno un anno e mezzo, con problemi di appalto, riusciremo a finire i lavori.

Marco Cavaletto. *La ringrazio molto, ringraziamo anche Ferrovie Italiane, e concludiamo questo primo giro, con Andrea Varnier, direttore generale Lingotto Fiere Srl*

**Andrea Varnier,**  
direttore generale Lingotto Fiere Srl

Buongiorno anche da parte mia, ringrazio la Regione Piemonte e Expofairs che ha promosso questi incontri che non sono risolutivi, ma sono degli spunti che possono rimandare verso altri tavoli, quello che è il titolo della tavola rotonda, io avendo la fortuna di arrivare ultimo sarò molto più breve e mi collegherò agli interventi precedenti.

Un sunto di chi siamo e cosa stiamo facendo, siamo Lingotto Fiere ma apparteniamo a un gruppo francese GL Events che nell'estate 2007 ha acquistato il quartiere fieristico di Torino, il Lingotto fiere, e come è stato detto prima, il gruppo GL, tramite Lingotto fiere, ha partecipato a una gara per la gestione per i prossimi 25 anni dell'Oval, grande struttura costruita per le Olimpiadi, già pensata con uso post-olimpico di tipo fieristico. Questo è un investimento fatto nei confronti della città di Torino ed è molto importante al di là dell'acquisto della fiera, acquisto vero non solo della gestione, acquisto delle mura, una gestione di un impianto come l'Oval per 25 anni, ci porta a stare a Torino e pensare a Torino nel lungo periodo.

Confermo l'intenzione di ulteriormente ingrandire il quartiere fieristico, non per la mania di avere tanti metri quadri perché si dice dappertutto che quello è il problema, ma comunque per poter competere su determinate manifestazioni e prodotti fieristici c'è una dimensione media che va raggiunta e la fiera di Torino è obiettivamente piccola. L'impegno che noi vogliamo mettere è di costruire nei prossimi anni un ulteriore padiglione che serve anche da collegamento logistico con l'Oval, che in questo momento è adiacente, ma leggermente staccato dagli altri padiglioni e per ottenere quegli 80000 mq



*L'Oval visto dalla stazione ferroviaria Torino Lingotto*

più o meno di superficie espositiva lorda, che ci consentano di competere nella fascia media del mercato fieristico nazionale; il nostro riferimento non è certo la fiera di Milano in termini dimensionali, ma attestarci su quella dimensione che ci permetta di portare e di avere a Torino un certo tipo di eventi.

Noi siamo una società totalmente privata, quotata alla Borsa di Parigi, e qui mi collego ai discorsi fatti prima, siamo un operatore assolutamente e totalmente privato, e siamo una assoluta anomalia nel panorama fieristico non solo italiano, ma anche probabilmente europeo, dove la componente pubblica è sempre piuttosto rilevante, in varie misure, ma c'è, noi stessi che pure gestiamo parecchi quartieri fieristici in giro per il mondo, spesso gestiamo per cui non siamo proprietari della fiera o addirittura gestiamo in cogestione, faccio l'esempio della fiera di Padova, che è stata una delle privatizzazioni degli anni scorsi dei quartieri fieristici, la proprietà della fiera è rimasta in mani pubbliche mentre la società di gestione è all'80% del gruppo GL Events con una componente del 20% di pubblico. Questa anomalia, lo dissi già alcuni mesi fa, continuo a dirlo, dobbiamo trasformare quello che può essere un limite in una cosa virtuosa.

Torniamo ai tre temi emersi prima: si parlava di hardware, software, comunicazione. Mi limiterei a queste tre grosse aree. L'hardware è fatto di due pezzi: infrastrutture fieristiche in quanto tali e infrastrutture collegate; di infrastrutture si è parlato e quello è un compito che rimane e deve rimanere al pubblico (noi siamo molto contenti che ci sia la possibilità di collegare la stazione con il futuro quartiere fieristico) la struttura in quanto tale è in mano privata, lo stesso Oval che pure rimane di proprietà pubblica, noi ci dovremo occupare sia della manutenzione ordinaria che straordinaria per i prossimi 25 anni e sostanzialmente a Torino, vi assicuro, è una anomalia; a Torino, il pubblico non mette un euro nella gestione della struttura fieristica, e questo non viene considerato quando si vede l'ammontare del pubblico sui progetti fiere ma è una fetta molto, molto, rilevante.

Poi c'è il software, lo tratterei dopo.

La comunicazione: è molto importante, siamo assolutamente d'accordo, al di là della comunicazione dei singoli eventi ci vuole una comunicazione di destinazione, non è importante come si diceva prima che io promuova quella fiera, importante è proporre Torino come destinazione interessante, turismo d'arte, turismo gastronomico, perché no, congressi e fiere.



Siamo assolutamente d'accordo e su questo bisogna fare sistema e rispetto a quello che ha detto il presidente Besso Cordero, abbiamo una fiera ristrutturata e un centro congressi che non è così aperto a guardare in là, dobbiamo fare sistema di comunicazione per presentare la destinazione Torino al mondo, poi ognuno fa la sua parte per valorizzare le sue risorse.

Veniamo al prodotto, qui c'è un grande vantaggio che dobbiamo sfruttare, non si può pensare che il pubblico non intervenga in questo settore, non avrebbe senso rischiare di diventare un'anomalia assolutamente negativa, alla fine non ci sono le risorse, messe in un elemento, stamattina non c'ero ma sono sicuro che il dott. Artusi sicuramente avrà detto che il pubblico comunque mette dei quattrini anche per promuovere l'intero meccanismo, la fiera deve diventare un volano di business per tutti non solo per la fiera e per gli organizzatori, per chi sta immediatamente intorno.

Questo è il grande vantaggio che c'è qui, poter sedersi tutti intorno a un tavolo per produrre e lavorare sul prodotto, sul software, quali elementi sviluppare e come svilupparli, e cercare di coordinare al meglio le risorse che si mettono su questi

eventi, affinché ci sia una visione di medio e lungo periodo; noi sappiamo benissimo che non possiamo inventarci domattina una fiera che riempia 80.000 mq, siamo perfettamente consapevoli, ci vuole un percorso che ci porti in quella direzione, anche la legge regionale, il modo in cui noi stiamo interagendo col pubblico, in questo momento molto positivo, bisogna continuare in quella direzione, essere consapevoli che il pubblico non mette soldi sulle strutture ma deve continuare a farlo in modo ragionato sul prodotto.

In questo senso non fermiamoci sul concetto di fiere, perché questo rischia di diventare molto pericoloso, noi siamo un'azienda totalmente privata che bada al profitto, ma siamo attenti perché gli altri operatori non si preoccupano di questo, è giusto coltivare le filiere, è giusto coltivare i settori dove c'è una forza, ma io faccio l'esempio soprattutto nel settore del b2b, dove la fiera b2b vera non è niente di diverso da un congresso, per cui se la location è interessante e offre servizi adeguati, io posso venire anche a Torino a fare una fiera b2b che nulla ha a che vedere con il tessuto produttivo locale, è ovvio che non bisogna dimenticare le filiere, ma se vogliamo far crescere le fiere a Torino dobbiamo guardare più in là, ampliare il nostro orizzonte, cercare di capire, metterci il cappello degli organizzatori, non solo noi stessi, noi come Lingotto Fiere siamo gestori e siamo anche organizzatori, dobbiamo metterci il cappello di altri organizzatori che possono venire a Torino, essere attratti da Torino come organizzatori, il concetto di start up è interessante: se una fiera dopo un certo numero di anni ha ancora bisogno di pesanti finanziamenti pubblici, se non va cancellata quanto meno va rivista, le fiere che organizziamo noi hanno un breve start up, dove si fa l'investimento, ma se poi non rendono, non le facciamo più, questo è il mercato, per cui bisogna trovare un meccanismo virtuoso, per cui tutti i finanziamenti, debbono spingere per far crescere, ma a un certo punto la fiera, parlo di progetto fieristico, deve camminare con le proprie gambe; ritengo che la strada intrapresa sia quella giusta, ma va ulteriormente rinforzata.

Marco Cavaletto: *i nostri interlocutori hanno dato in questo primo giro quella che potrebbe essere una risposta all'esigenza di dare, di consolidare il sistema fieristico, salutiamo l'assessore Ricca che è stato con noi fino a questo momento, ma sappiamo che ha degli impegni nel suo ufficio, e lo ringraziamo. Prima di fare un eventuale secondo giro, se c'è la volontà del pubblico di fare qualche domanda.*



**Stroppia:** non passa da Ivrea il treno, l'autostrada che avrebbe dovuto essere fatta modello di imprenditoria privata, in quattro e quattrotto e finita per le olimpiadi 2006, è ancora lì. punto fermo. Lei ha parlato di due linee di binari, o una, quante sono le linee del treno che passano ? Per andare da Biella o da Aosta o da Vercelli a Milano attraverso quella linea ferroviaria lì, bisogna venire a Torino o ci sarà una fermata intermedia?

**Costantino:** vorrei sapere qualcosa di più della società che ha acquistato Lingotto Fiere soprattutto per le connessioni con altri poli fieristici internazionali che mi sembra di capire gestisca o se ne occupi.

Altra domanda.

Se ci può dare qualche notizia su Caselle, e sui collegamenti tra gli aeroporti di Torino, Malpensa, Milano Linate, Genova.

Marco Cavaletto. *Possiamo ricominciare il giro, durante il quale verranno date le risposte, nell'ordine inverso, Iniziamo da Varnier.*

**Andrea Varnier.** Non so cos'altro aggiungere. GL Events è un gruppo che si occupa di tante cose, nello specifico della gestione di quartieri fieristici e centri congressi, ne abbiamo una trentina in giro per il mondo, siamo in una fase in cui continuiamo a crescere. In tutto il mondo, in tutta Europa, è in atto un processo di privatizzazioni dei quartieri e dei centri congressi, gli attori, fortunatamente per noi, che si possono proporre con know how internazionale, capacità di gestire, non sono molti. L'azienda nasce come azienda di allestimenti, poi ha cominciato a organizzare fiere, poi ha pensato di essere in grado di gestire l'intero quartiere.

Abbiamo molti benefici a far parte di questo gruppo, per noi normalmente non compriamo i muri, ma gestiamo. Altro beneficio che ci viene è quello della comparazione, benchmark, vediamo come lavorano i nostri colleghi negli altri paesi, per cercare di migliorare con scambio di modi di lavoro. Lo scambio di prodotti fieristici è molto più difficile per es. Lione, nostro centro, il più grande della Francia, non è che automaticamente sia esportabile qui, anzi non lo è mai. Diversamente per i congressi, perché i congressisti girano, si muovono, medici, radiologi, tendenzialmente non vogliono andare nello stesso posto, per noi, avere in gestione un numero ampio di centri congressi permette di andare dal PCO, da chi organizza i congressi, e proporgli anziché fare cinque sopralluoghi, cinque contratti, ti faccio un pacchetto, nei prossimi anni, ne fai uno alle stesse condizioni, stesso standard di servizi: Barcellona, Nizza, apriremo quest'anno il nuovo centro congressi di Bruxelles, il centro congressi di Lione si mettono in pool e riescono a fare un'offerta coordinata.

**Lorenzo Livrieri.** La signora mi chiedeva degli Aeroporti, Caselle, Malpensa. Caselle: come ben sapete, la linea che collega Caselle è del gruppo GTT non FS. La situazione, attuale è questa: Caselle si raggiungeva dalla stazione che conoscete e adesso è scollegata per i lavori del passante, i lavori FS e GTT dovevano essere in parallelo finanziati per consentire il completamento; i finanziamenti a GTT non sono arrivati per tempo, quindi c'è questo scollegamento che stiamo vivendo adesso.

Il progetto prevede che il nuovo collegamento venga fatto attraverso la nuova stazione Rebaudengo. Noi stiamo predi-



ponendo tutto, da quanto mi risulta, mi sembra che nell'ultimo accordo fra Regione e Governo, sia stato dato il finanziamento per il collegamento.

Malpensa: i lavori che stiamo facendo a Novara hanno consentito un collegamento già durante le Olimpiadi, il tratto Novara Malpensa è di Ferrovie Nord Milano non è del gruppo FS. Stiamo prevedendo delle interconnessioni e sarà possibile arrivare a Malpensa sia dalla linea storica da Novara, e sia dalla nuova linea, sottopassandola, arrivando a Malpensa, stiamo facendo lavori di adeguamento dei binari, quasi terminati. Prevedono l'interscambio sull'alta velocità per consentire anche dall'alta velocità eventualmente di sgrondare e andare a Malpensa, i tempi di questi sono un po' più lunghi della messa in esercizio della linea. Questo è il progetto che si prevede.

La linea Torino-Milano è fatta attualmente di 2 binari, se ne aggiungono altri 2 (quelli dell'alta velocità, il quadruplicamento).

Da Biella per andare a Milano: non solo da Biella, ma da tutte le città, perché le stazioni dell'alta velocità sono Porta Susa, Porta Nuova, Novara.

Il 13 dicembre di quest'anno inizierà l'esercizio commerciale.

Marco Cavaletto. *Ringraziamo molto, e continuiamo in questa direzione: Guido Bono.*

**Guido Bono.** Altro aspetto, più tecnico, che completa le cose che dicevo prima: posizionamento, coordinamento varie strutture che ci sono sul territorio. Una componente non secondaria di questa visione più ampia delle singole realtà, che potrebbe coinvolgere realtà unicamente private, è legata ai servizi, parlo sempre come centro espositivo, ai servizi che sono necessari per far vivere un centro espositivo. In una logica più ampia, l'istituzione potrebbe farsi carico non di pagare le spese dei centri espositivi, ma di coordinare e ottenere in base a volumi più ampi, delle condizioni estendibili non solo a singoli soggetti ma a più soggetti, per esempio i contratti della luce con l'Enel, fatto a livello regionale, ha probabilmente costi diversi che fatto singolarmente da ogni realtà. Noi come



centro espositivo nato da poco la vivamo perché deve essere razionalizzata, in bilancio ogni voce in cui si riesce a fare efficienza, è benvenuto.

Scusate se insisto sul coordinamento del sistema, seguendo la suggestione di Besso Cordero, il sistema della promozione, razionalizzazione, deve vedere tutto il sistema legato al mondo espositivo e congressuale, le potenzialità io credo ci siano e anche le realtà dimostrate negli ultimi anni, non solo Torino e provincia, ma anche le altre province, la fattispecie Alessandria (io sono torinese ma sono stato adottato da Alessandria); questo elemento è fondamentale che può, su un livello di coordinamento superiore, per gestire le potenzialità che altrimenti restano inespresse o legate a piccoli orticelli, in cui poi la concorrenza, le gelosie di parrocchia intendendo la propria piccola attività, finiscono per non poter esprimere le potenzialità che ci sono. Un coordinamento superiore del sistema deve esistere e deve essere messo in piedi e quindi ben vengano le iniziative di questo genere.

Marco Cavaletto. *Bene, grazie anche a Guido Bono, adesso possiamo fare una ulteriore considerazione con Livio Besso Cordero.*

**Livio Besso Cordero.** Non tutto va bene, ci sono dei limiti e degli aggiustamenti da fare. Rimanendo a Torino, è assolutamente indispensabile trovare una integrazione fra Lingotto Fiere e Lingotto congressi, la definisco così per capirci. Perché è impensabile che all'interno di una stessa area ci siano interlocutori diversi, non è razionale, per usare un eufemismo.

La questione dei collegamenti non è secondaria e noi da questo punto di vista siamo deboli, va detto. L'Aeroporto di Torino con tutti gli sforzi che si stanno facendo ha ancora strada da fare per essere collegata come Dio comanda, Torino, rispetto a un mercato internazionale al quale noi aspiriamo arrivare. Io ho i capelli bianchi, ma da quanti anni mi sento dire che dall'aeroporto di Caselle la linea ferroviaria deve arri-

vare al Lingotto (ha funzionato durante le Olimpiadi e poi non se ne è parlato più). Capisco che non è di Fs ma è di GTT, però ogni tanto bisogna fare accordi di programma, bisogna trovare le soluzioni, avere la possibilità per uno che arriva all'aeroporto di Torino, arrivare in treno in centro a Torino o dove è celebrato il congresso.

Noi abbiamo un mercato, al di fuori del congressuale e del fieristico, abbiamo uno straordinario hatu su cui facciamo leva dal punto di vista turistico. Chi arriva all'aeroporto a Torino può salire su un treno e andare a sciare a Bardonecchia; al momento non è così, noi come Turismo Torino e Provincia abbiamo delle convenzioni con privati, che prendono i turisti che arrivano con i charter e li portano a sciare, sarebbe un hatu diverso dire vieni a sciare a Torino, usando uno slogan che può sembrare fuori luogo, ma non è fuori luogo.

Terza e ultima considerazione, lo accennavo prima con Fabrizio Gatti, la questione della comunicazione è cruciale, se noi: il convention bureau parte e va a fare promozione all'estero, Varnier parte e va a fare promozione all'estero, Fabrizio Gatti parte e va a fare promozione all'estero, ognuno parla di sé, di nuovo è un po' singolare, è vero che siamo in crisi, ma l'ottimizzazione delle risorse non è solo un'ottimizzazione di costi ma è anche la dimostrazione di una sinergia di comunicazione dove diversi attori contribuiscono ad una unica immagine di una regione e ad un pluralismo di offerta che la regione ha.

Su questo fronte credo ci sia ancora molto da lavorare, in questo momento non c'è più Ricca, guardo Cavaletto, credo che la Regione sia l'ente che di nome è deputata, di fatto deve fare ancora una lunga strada. È una considerazione responsabile che sto facendo. Credo siano queste le suggestioni sulle quali via di qui fare qualche considerazione, pensare e spendere qualche ora di lavoro.

Marco Cavaletto. *Fabrizio Gatti, (non è consigliere della grande traversata delle alpi), ma Gruppo Turistico Alberghiero della Unione Industriale di Torino.*

**Fabrizio Gatti.** Due considerazioni finali: la prima è con un dato che rappresenta il rischio che abbiamo davanti che è questo: nel periodo 2000-2006 le manifestazioni in Italia di tipo fieristico sono passate da 143 a 166, c'è stato un incremento. Questo incremento si è portato dietro due fenomeni: le città sede di manifestazione sono passate da 32 a 40. È vero che c'è stato un incremento, c'è stato anche un incremento delle città, ma se andiamo a vedere i metri quadri affittati, ragionamento con cui qualunque operatore fieristico ragiona, scopriamo che i metri quadri affittati in Italia non sono aumentati. Nello stesso periodo Germania e Francia quando non hanno avuto un raddoppio hanno avuto una roba simile.

Tutto questo nasce da cosa, da quello che tra operatori è condiviso essere il federalismo fieristico, nato soprattutto dal fatto che la competenza col titolo quinto è diventata regionale. La Confindustria ha dedicato parecchia attenzione a questo tema. Non apro il tema del coordinamento nazionale.

Io condivido quello che diceva Varnier oggi. Noi abbiamo un futuro in Piemonte che è sostanzialmente fatto da due cose: il fatto che, a differenza di tutti gli altri posti, i muri e le proprietà a Torino sono di proprietà privata e negli ultimi tempi è nato un patrimonio fieristico importante. Se si vanno a contare i mq nati nei vari centri (l'amico Guido Bono ne ha un pezzo) i piccoli sono circa 50/60.000 mq, cito i piccoli principali, da questa situazione se ne esce o con un disastro o nel senso che va visto come grande opportunità l'anomalia torinese, ma dall'altra anche un patrimonio fieristico all'interno del Piemonte che comunque è spezzettato, che comunque è di grandi dimensioni, che ha comportato investimenti pubblici, a questo punto si deve riprendere il ragionamento progettuale di vocazione di Torino e della sua regione, vocazione delle sue filiere produttive e di forti colleganze.

Mi pare che anche nella discussione di oggi "promuovere il sistema fieristico-congressuale nel territorio" sia stato come dire ben discusso il tema, forse "promuovere il sistema fieristico-congressuale per il territorio", va ancora un po' sviluppato, approfondito, la Confindustria ha dedicato parecchia attenzio-

ne a questo tema, veramente che cos'è questo territorio, quali sono queste filiere produttive che vogliamo valorizzare, quali sono i meccanismi e i modelli di lavoro che permettono a queste filiere di valorizzarsi attraverso il sistema.

*Marco Cavaletto. Abbiamo fatto un'ora e mezza di lavori, credo molto interessanti, l'amministrazione regionale ha acquisito e preso buona nota, e per questo ringrazio tutti i miei colleghi della sezione fiere della Regione Piemonte che hanno assistito con me, ne faremo un buon uso. Chiuderei facendo una piccola osservazione che non deve suonare critica, ma si impone, forse siamo arrivati anche per i meccanismi federalistici di cui si diceva, come diceva anche il prof Cercola questa mattina, ad una situazione forse anche di confusione, per usare un eufemismo. Effettivamente anche da questo punto di vista dovremmo rivedere l'assetto istituzionale anche su questa materia perché è soltanto una questione di due giorni fa: l'amministrazione nazionale, centrale decide di dare risorse consistenti, il fatto che l'amministrazione centrale decida di darle all'Emilia Romagna piuttosto che al Veneto o alla Lombardia, escludendo di fatto le altre regioni, anche se ci sono delle ragioni, anche molto forti. Il problema è che nel momento in cui attribuisce delle competenze alle regioni e poi non gli mette a disposizione le risorse necessarie per poter confrontarsi con voi e poi con tutti quelli che usufruiscono del sistema fieristico, ci mette in una situazione...non è una escusatio, non sto dicendo che avremmo potuto fare di più e meglio, potremmo comunque fare sempre di più e meglio indipendentemente dalle risorse che ci vengono assegnate.*

*Sostanzialmente...in questo salone, bellissimo, che la Provincia di Torino ci ha messo a disposizione, tra stamattina e oggi abbiamo visto sfilare credo il 99% dei soggetti veri che si occupano di fiere in questa Regione. Il nostro compito è di capitalizzare i contenuti di questa giornata per fare in modo che l'anno prossimo, quando ci ritroveremo a discutere di questi argomenti, si possa dire abbiamo fatto tanto così di più.*

*Buona giornata.*

