

**G**randi cambiamenti sono in atto alla Fiera di Rimini. Nel gennaio 2001 verrà inaugurato il nuovo quartiere espositivo e costanti notizie sugli avanzamenti arrivano attraverso una innovativa campagna di comunicazione curata dall'Agenzia Enterprise.

RiminiFiera2001.IT

Il nuovo marchio della Fiera, il logo *riminifiera2001.it*, ha il compito di evidenziare il messaggio dell'evoluzione in atto. Presente in tutte le azioni (istituzionali, commerciali, stampa...) di Rimini Fiera è reso noto attraverso una campagna pubblicitaria, sviluppata su base regionale, nazionale e internazionale.



*Riminifiera2001.it* è anche un sito internet autonomo contenente la comunicazione completa sul progetto del nuovo quartiere. È stata inoltre creata una struttura di forte impatto visivo nell'attuale quartiere: la torre del Count Down. Progettata dallo Studio A.i.r., permette la visione della nuova Fiera con la riproduzione in grande scala (metri 8x4) dell'immagine dei nuovi padiglioni ed è corredata da un numeratore elettronico che scandisce i giorni mancanti all'inaugurazione del 20 gennaio 2001.

### Il nuovo quartiere fieristico

La prima pietra del nuovo quartiere fieristico è stata posata a giugno '99 da Lorenzo Cagnoni, presidente della Fiera



## Count down per il nuovo quartiere fieristico di Rimini

A Rimini, capitale dell'ospitalità, anche una sede fieristica in vivace espansione. Il logo della Fiera, *riminifiera2001.it*, preannuncia l'attesa inaugurazione della nuova sede

e membro del Comitato direttivo Ufi (vedi foto a sinistra).

Il progetto, dello studio Gmp di Amburgo, che ha già progettato le fiere di Hannover, Lipsia e Essen, oltre agli aeroporti di Berlino, Stoccarda ed Amburgo, coniuga elementi architettonici classici come logge, porticati e vasche d'acqua, col massimo della funzionalità e della tecnologia.

Il nuovo quartiere occuperà circa 127.000 m<sup>2</sup> di superfici utili, di cui 82.000 espositivi e 45.000 per servizi generali. Quattro torri luminose (vedi foto sopra) alte 32 metri e di grande impatto scenografico, lo caratterizzeranno. Nel corpo centrale culminante in una rotonda con volta a cupola saranno collocati i servizi generali per gli espositori, operatori e visitatori, l'attività convegnistica e di ristorazione. I dodici padiglioni espositivi (vedi foto in basso, a sinistra), larghi 60 metri, saranno modulari, monoplanari e senza colonne per una migliore flessibilità, fruibilità e visibilità. L'impiantistica completamente computerizzata permetterà il totale condizionamento dei padiglioni.

Entro la Fiera sarà costruita una stazione ferroviaria per il collegamento con la rete nazionale, con la possibilità di far

arrivare direttamente in fiera treni speciali. Vi arriverà anche la metropolitana di costa. L'intero quartiere sarà cablato con fibre ottiche, servizi innovativi permetteranno una veloce registrazione dei visitatori e gli espositori potranno ottenere in tempo reale il numero dei visitatori totali o specifiche selezioni di pubblico. È il primo passo verso un sistema fieristico elettronico già predisposto per l'e-commerce in rete lan ed internet. Spesa complessiva: 250 miliardi.

### Specializzazione nei settori di vocazione

Oggi la Fiera di Rimini organizza direttamente 15-16 eventi l'anno, e ospita anche eventi organizzati da terzi; i visitatori sono passati da 359.720 del '96 a 574.359 del 1998, e gli espositori sono aumentati da 5301 del '96 a 5691 del '98. Il bilancio 1999 è previsto in 41 miliardi di fatturato e 9 miliardi di utile lordo, un risultato invidiabile. La chiave del successo sta nella specializzazione nei settori di vocazione: dall'ospitalità al turismo, dal tempo libero al divertimento e alle grandi impiantistiche industriali. Alcune fiere sono uniche, a livello nazionale o a livello internazionale, come, ad esempio, *Fun & Games exhibition* dedicata al mondo del gioco e del divertimento. Altre si sono affermate nel mondo come *Sigep*, il Salone internazionale della gelateria, pasticceria e panificazione artigianali, o



come *Sib*, il Salone internazionale delle attrezzature e tecnologie per discoteche, locali da ballo, service e teatro, o *Sun*, Salone internazionale dell'arredamento e delle attrezzature per esterni. Il *Mia*, Mostra internazionale dell'alimentazione ed evento leader del pasto fuori casa, compie 30 anni; il *Sia*, Salone internazionale dell'attrezzatura alberghiera, invece festeggia il mezzo secolo. *Park show*, Mostra delle attrezzature e componenti per parchi di divertimento, parchi acquatici e luna-park, ha appena ottenuto il riconoscimento dell'internazionalità. *NightWawe*, poi, è un osservatorio/laboratorio interattivo sul mercato giovanile. *Tecnargilla* è una manifestazione mondiale per i produttori di macchine e attrezzature per la ceramica (vedi foto sotto).

La strategia per il futuro è proseguire nella specializzazione delle manifestazioni e nella gestione diretta dei progetti fieristici, e sostenere la competitività delle aziende sul mercato globale, con l'internazionalizzazione dell'attività fieristica. Attraverso la *Fairsystem*, creata in collaborazione con Bologna Fiere, cui ha recentemente aderito Fiere di Parma, viene curato lo sviluppo congiunto di iniziative all'estero.

M.C.P.

