

Fiera, esposizione, mostra, salone, rassegna, i nomi sono tanti e i tipi di eventi cui si applicano ancora di più. Ma la scelta del nome è sovente questione di gusto, di marketing, e non dice molto sulle reali qualità di una manifestazione.

Una delle caratteristiche che contraddistinguono da sempre le fiere, userò questo nome per tutti, è la continua adattabilità alle esigenze dei luoghi e dei tempi. Adattabilità che si riflette negli allestimenti: gli abiti con cui gli espositori si presentano al pubblico e che rivelano l'immagine che ogni espositore vuol dare di sé.

Gli allestimenti sono anche un importante rivelatore della fisionomia della fiera. Se si tratta di un avvenimento a carattere locale, che impegna imprese di modeste dimensioni e risorse, l'allestimento sarà ridotto al minimo, e prevarrà la funzione di semplice supporto fisico per la esposizione dei prodotti. Col crescere dell'importanza della fiera e degli espositori, l'allestimento acquisirà sempre maggiore importanza, che sarà prevalente quando non c'è o è ridotto al minimo il prodotto fisico da presentare.

Nel caso di fiere e espositori leader di mercato a livello mondiale, in campi dove l'immagine di marca gioca un ruolo primario, che si esalta nel confronto coi competitori presenti, potrai vedere costruzioni dal costo anche di decine di miliardi, dove a quelle d'immagine si associano esigenze operative molto spinte e molto varie.

Per capire un po' di più il fascinoso mondo dell'allestimento di prestigio, per vederlo con l'occhio di chi lavora dietro le quinte alla sua realizzazione, mi sono fatto aiutare dal signor Riccardo Danasino, della Mostre e Fiere Spa, una delle più quotate aziende italiane del settore, che ha al suo attivo, come vedremo, realizzazioni di tutto rispetto.

Tanti i tipi di fiere, per tutte le esigenze, e tanti i tipi di allestimenti, per tutte le esigenze. Come si arriva a realizzare un allestimento personalizzato di alto livello?

“Va subito detto - esordisce Danasino - che il più delle volte il nostro lavoro consiste nel dare corpo a un progetto che il committente ha affidato ad un architetto di fiducia, il cui stile meglio interpreta l'immagine che vuole dare di sé.

Mostrefiere: qualità sicura nell'allestimento personalizzato

Realizzazioni ai più alti livelli per fiere, convention e eventi aziendali, mostre e rassegne culturali di rilevanza mondiale, musei, show room, negozi. Una serie di nomi di prestigio nel portafoglio di uno dei più qualificati allestitori italiani

di Giovanni Paparo

Chiedere all'allestitore di fornire il progetto, cosa che siamo in grado di fare, implicherebbe che lo si è scelto anche per la sua attuazione, ma le aziende preferiscono assegnare i lavori attraverso gare che consentano di spuntare i prezzi più bassi. Peraltro sono ormai obbligatorie gare europee per importi oltre i 400milioni di lire (207mila euro circa).

L'allestitore deve quindi studiare il progetto, sviluppare i computi metrici, quotarlo e quindi andare in gara, e vinca il migliore.”

Fin qui siamo all'acquisizione del lavoro. Ma nel settore c'è una concorrenza notevole, quando è troppo centrata sul prezzo non è a rischio la qualità del risultato?

“Sì, la concorrenza è vivacissima - riconosce Danasino -: il nostro è un mercato molto ampio, che offre opportunità di lavoro a una varietà di aziende, di dimensioni e caratteristiche diverse. Sta al committente cautelarsi da brutte sorprese scegliendo la migliore combinazione tra qualità e prezzo.

Vuole allora illustrare le caratteristiche che a suo avviso si devono cercare in un allestimento di stand personalizzati di alto livello per essere meglio garantiti?

I parametri entro i quali si posizionano le prime dieci aziende italiane del settore mi sembra possano fornire un primo metro di giudizio. I fatturati vanno dai 10 ai 40 miliardi di lire. I dipendenti, considerando una media di 250milioni di fatturato a dipendente, possono andare da 40 a 160 unità. Noi per fatturato e numero dipendenti ci posizioniamo sicuramente nel gruppo dei primi cinque.



Un altro elemento importante è la proprietà delle strutture e degli impianti. Noi disponiamo di oltre 5mila m² coperti di aree operative e di circa 7000 m² di magazzino computerizzato, in buona parte impegnato per lo stoccaggio degli stand.

La conservazione ottimale di uno stand, tra una manifestazione e l'altra, è un elemento importante di risparmio sui costi. Alla fine di una fiera possono arrivarci oltre 20 bilici di roba da immagazzinare: la soluzione gestionale unica del nostro magazzino abbina alla pronta reperibilità delle varie parti la sicurezza di uno stoccaggio a regola d'arte.

Quanto alle unità produttive, secondo noi è fondamentale la falegnameria. Le esigenze strutturali degli stand e le istanze di carattere ecologico ci hanno portato ad un notevole sviluppo del reparto della lavorazione del legno, elemento di forza dell'azienda sin dalla fondazione. Mostrefiere è nata nel 1966 come azienda per la produzione di materiali per allestimenti, sulla base di una consolidata tradizione di lavoro nel settore della pubblicità espositiva risa-

