

A ottobre, il Salone del Franchising di Milano si moltiplica per cinque

Dal 3 al 6 ottobre, in Fiera Milano (Portello Pad. 16), si terrà il 18° salone *Franchising & Partnership*, riferimento internazionale per il sistema commerciale e le sue forme innovative. Il tema è interessante per Expo cts, la società organizzatrice, che per meglio focalizzare le tematiche del settore ha creato ExpoTrade, un nuovo department specializzato nei trend del retail. Il salone è sviluppato secondo un nuovo modello fieristico, dedicato al trade in tutte le sue espressioni, in cui il franchising è centrale.

Accanto all'edizione di Milano è previsto di esportare il concept in Italia, tramite l'organizzazione di workshop al centro-sud, e all'estero con missioni espositive.

Il commercio e la costruzione dei canali distributivi aziendali sono sempre più fattori strategici di business. Costruire un sistema distributivo efficiente in un mercato altamente competitivo è dunque un aspetto fondamentale.

Franchising & Partnership, forte di questa analisi, si arricchisce di aree che lo rafforzano e completano. È l'occasione per trovare partner commerciali, indicazioni, fornitori: un marketplace del business e delle idee, momento di scambio e raccogliatore di informazioni, ideato per aiutare le imprese a sviluppare la propria attività.

L'edizione 2003 prevede cinque aree espositive specialistiche e presenta grandi novità.

Franchising & Partnership: con la formula collaudata da 18 anni, è il Salone di riferimento per la distribuzione commerciale: fa convivere tutte le anime del settore, dalle grandi catene di franchising allo small-business. Propone offerte italiane e internazionali di franchising e affiliazioni, licencing e partnership. È la struttura portante del concept di ExpoTrade.

Shop Project: lo shopping del futuro richiede sempre nuove emozioni e interazioni tra spazio e consumatore: è indispensabile realizzare negozi attraenti, dove dare

un'anima all'attività commerciale. Shop Project è uno spazio espositivo dedicato a fornitori di allestimenti per negozi, merchandising, soluzioni e iniziative per la progettazione di punti vendita e spazi commerciali.

TecnoTrade, tecnologia & servizi: ottimizzare tempo e risorse fa parte della visione del futuro punto vendita. L'area fa conoscere e valutare le tecnologie più innovative e i servizi retail più efficaci per la distribuzione, vi si presentano tecnologie e servizi per costruire catene retail e modelli distributivi di nuova concezione.

BICom. Borsa dell'immobile commerciale: disporre di giuste location è un fondamentale fattore di successo del retail. BICom è una vera borsa sull'immobile commerciale in Italia, che consen-

te di attingere informazioni per la propria attività, realizzata col contributo della Federazione italiana mediatori agenti d'affari. Un luogo per conoscere lo scenario immobiliare del mondo commerciale nazionale ed estero: un punto di riferimento qualificato per trovare agenzie immobiliari e società di sviluppo per la distribuzione.

TradeVision: il sistema commerciale evolve e richiede consapevolezza dei possibili sviluppi del mercato. Trade Vision è rivolto agli operatori di settore che vogliono sapere dove andrà il retail. L'area è dedicata alle ten-



denze future, a come si farà shopping domani, ai nuovi protagonisti del commercio internazionale. È un contenitore d'idee, incontri, dibattiti, attività formative e convegni, comprendente Nemo Next Shop, mostra sui trend del retail.

Per informazioni:
www.expocts.it/franchising

A Bologna dal 4 al 7 febbraio 2004 Europolis il salone delle tecnologie per vivere la città



Le città, il loro futuro e la sfida della sostenibilità sono al centro della 7ª edizione di Europolis (4-7 febbraio 2004 a Bologna Fiere), manifestazione biennale dedicata alla riqualificazione urbana, alle tecnologie e ai servizi per lo sviluppo del territorio, rivolta soprattutto ad amministratori pubblici e privati, architetti, ingegneri, progettisti, professionisti.

La città Europolis difende gli spazi verdi, privilegia bici, mezzi pubblici, car sharing,

risparmia energia, e ricicla i rifiuti.

Rassegna esaustiva sugli strumenti per la gestione delle moderne metropoli, la manife-

stazione è altamente specializzata grazie alla suddivisione in saloni tematici: Arredo Urbano, Qualità del Territorio, Impiantistica Sportiva e Ricreativa, Piscine e Fitness, Traffico, Mobilità e Infrastrutture, Forestazione Urbana e Verde Attrezzato, Public Utilities e Marketing Territoriale.

L'edizione 2002 si era chiusa con un bilancio molto positivo: 42.629 visitatori e 465 espositori per un'area di 46.000 m².

Inoltre, 42 appuntamenti, tra conferenze, seminari e convegni, con qualificati relatori nazionali e internazionali che affronteranno le tematiche più attuali del settore.

“La città vive profonde trasformazioni: – sostiene Giulio Cesare Alberghini, presidente di Organizzazione Nike, società che cura la manifestazione – muta il modo di pensarla e di sentirla da parte delle istituzioni e del privato. Un tempo considerata mero contenitore di servizi, oggi è concepita come organismo in continua evoluzione e perfettibile nei suoi rapporti con i cittadini.

Per adeguarsi agli elevati standard abitativi, una città ha bisogno di confrontarsi per svilupparsi. Per questo motivo, cresce a ogni edizione l'attenzione delle pubbliche amministrazioni verso Europolis.”

Per info: www.europolis.it