

Quartieri fieristici in espansione, aumenteranno anche le fiere specializzate?

I grandi successi e l'euforia che hanno accompagnato fino al 1991 il nostro settore, con bilanci sempre in crescita per le aziende di allestimenti, sono un ricordo.

Dopo il 1991, si arriva alla prima grande crisi che investe il mondo delle fiere e si sviluppa dal 1992 al 1995: anni in cui, pur in presenza di una vasta offerta, in tutti i campi, le richieste sono decisamente contratte. Successivamente la situazione si normalizza, riemerge e addirittura si rafforzano le manifestazioni fieristiche più valide; tutte le attività riprendono, così come la fiducia degli operatori, senza però raggiungere i livelli del passato.

Iniziato il secondo millennio, le borse iniziano una discesa vertiginosa e l'economia americana, che sempre segnala per prima l'andamento positivo o negativo, inizia la tendenza in discesa fino a raggiungere le drammatiche ore dell'attacco alle Torri Gemelle di New York: siamo alla seconda grande crisi.

Il contraccolpo è molto pesante e la ripercussione si

sente nel mondo delle fiere e delle manifestazioni in genere: molti si mettono in posizione di attesa, per verificare gli eventi.

La guerra in Iraq, tanto a lungo minacciata e preparata dagli Usa, non fa altro che aggravare la situazione e assistiamo a una ulteriore contrazione di visitatori ed espositori nelle varie fiere. Pochissime nuove iniziative sorgono, anche se la macchina fieristica è ormai talmente importante e radicata che tenta, anche in questi momenti, di far tornare i conti e far quadrare i bilanci.

Alcune aziende paradossalmente espongono a fiere anche in periodi negativi, nella speranza di invertire la tendenza. In tal caso però è fondamentale che l'immagine aziendale, alla manifestazione fieristica, sia personalizzata al massimo e mirata grazie a un allestimento appositamente studiato, anche se semplice: ciò risulta più efficace rispetto a una presenza anonima.

Abbiamo un convincimento, che per fortuna non è solo di chi scrive: la partecipazione alle fiere non potrà a medio ter-



mine essere soppiantata da altre forme di presentazione come l'internet o altro.

Si può comunque credere in un futuro positivo, anche alla luce di quanto stanno attuando gli enti fieristici, soprattutto in Europa: nuovi quartieri, nuovi padiglioni, nuove società private, anche in piccole città; e, come di consueto, Milano è all'avanguardia col nuovo gigantesco polo espositivo da 200mila m² netti, probabilmente il più grande del mondo, in costruzione a Rho-Però.

Queste e altre ragioni, non ultima la globalizzazione dei mercati, ci devono far sperare in un possibile aumento del mercato e delle manifestazioni fieristiche (non si capirebbero altrimenti queste espansioni dei quartieri), per permettere la sopravvivenza di tutte le aziende che si sono dedicate all'allestimento personalizzato per le fiere, continuando e incrementando il famoso *made in Italy* che tanti successi ha riscosso nel mondo.

Pierpaolo Vaj
presidente Asal