



Qualche anno dopo il massiccio rinnovamento e ampliamento dei quartieri espositivi tedeschi, anche l'Italia ha intrapreso il rinnovamento e potenziamento generalizzato dei propri quartieri espositivi (al momento Rimini dispone probabilmente del quartiere più bello e funzionale in Italia, ma sarà presto la volta di Milano e poi di Roma). La concorrenza tra le sedi espositive si farà inevitabilmente più marcata e i gestori saranno spinti verso una maggiore diversificazione dell'offerta, per acquisire manifestazioni ed eventi anche non strettamente connessi alle attività espositive. È apprezzabile in questo contesto la volontà dichiarata di fare sistema, per promuovere con la massima efficacia l'intero Sistema Fiere Italia nel mondo.

“La concorrenza — dice Lorenzo Cagnoni, presidente di Rimini Fiera Spa e vice presidente Aefi — è un elemento fondante del mercato. E abbiamo ben chiaro che oggi, particolarmente col sorgere di nuovi grandi quartieri espositivi, la strada deve essere quella delle sinergie.

Con le altre fiere dell'Emilia Romagna si ragiona frequentemente su questo, sui passi necessari alla creazione di un sistema fieristico regionale capace di competere a livello nazionale e internazionale.

Dobbiamo investire sulle singole specializzazioni, ma dobbiamo farlo col supporto di una strategia territoriale e nazionale. La situazione del nostro paese è di stabilità sofferente. Non indietreggiamo, ma neanche recuperiamo posizioni. Cresce l'offerta (la stessa Fiera di Rimini varerà l'ampliamento del nuovo quartiere salendo da 12 a 14 padiglioni), mentre la domanda resta sostanzialmente stabile.

Il rischio, in una situazione del genere, è che ciascuno reagisca in maniera chiusa, individuale, immaginando di avere singolarmente gli strumenti sufficienti al successo. È invece importante convincersi che l'integrazione può portare a risultati fattivi e diventare vincente nel medio e lungo periodo.

Naturalmente in questo contesto la sfida del business si vince anche

Rimini Fiera: l'importanza di fare sistema -- Rimini Fiera: the importance of making system

a cura di Giovanni Paparo

sul piano internazionale. E lo sviluppo dell'internazionalità è un percorso che abbiamo intrapreso con decisione da tempo, facendo leva sul nostro know-how ma anche ricercando collaborazioni, sinergie e partnership societarie.”

“Partnership internazionali di alto livello — aggiunge il direttore generale di Rimini Fiera, Piero Venturelli — come quella con Dbc, organizzatore fieristico mondiale statunitense col quale realizziamo un'importante manifestazione sul cibo ittico. Quella con Publitec Argentina, gruppo editoriale leader in Sudamerica, attraverso la quale realizziamo in Brasile il Fithep, una manifestazione sul dolciario artigianale. E ancora ricordo quella con l'Ifat di Monaco per Ecomondo China a Shanghai. Più recentemente, insieme a Progetti International, abbiamo stretto un accordo con World Class Clubs, società russa che gestisce una grande e prestigiosa catena di centri fitness, con lo scopo di organizzare congiuntamente una manifestazione, basata sulla stessa formula del Festival del Fitness, che debutterà in Russia nel settembre del 2005 col nome di Moscow Fitness Festival.

Rimini Fiera fa inoltre parte di Emeca, prestigiosa associazione di grandi quartieri fieristici europei con sede a Parigi: i membri, per un totale di soli 18 associati, sono proprietari e gestori dei maggiori siti espositivi per estensione e occupano una quota maggioritaria dell'attività delle fiere svolgendo un ruolo di motori economici a livello europeo.

L'adesione a Emeca non è solo formale motivo di orgoglio, ma è occasione di costante confronto internazionale dal quale nascono idee, soluzioni e progettualità.”

A few years after the large-scale renewal and expansion of German exhibition centres, Italy has also begun a generalized renewal and expansion of its own ones (at present Rimini has perhaps Italy's most attractive and practical centre, but it will soon be Milan and Rome's turn).

Competition between venues will inevitably become more pronounced and management firms will be led to a greater diversification of what they have to offer, to acquire exhibitions and events not strictly connected with the fair industry. In this context, there is nevertheless an admirable openly declared will to collaborate, in order to promote worldwide the entire Italian Fair System in the most effective manner.

Lorenzo Cagnoni, president of Rimini Fiera Spa and vice-chairman of Aefi says: “Competition is a fundamental component of the market. It's very clear to us that nowadays, particularly with the opening of large new expo centres, that the direction to take is that of cooperation. We often talk about this with other venues in the Emilia Romagna region, discussing the steps to set up a regional expo system, able to compete at national and international level. We must invest in single specializations, but with the back-up of a territorial and national strategy. In our country, there's a situation of suffering stability. We're not losing ground, but we're not regaining any either. Supply is increasing — Rimini Fiera itself is inaugurating the extension to its new expo centre, with halls rising from 12 to 14 — whereas demand is more or less steady.

The risk, in this situation, is that everybody reacts in an individual way, imagining they have sufficient means to achieve success by themselves. On the contrary, it's important to convince oneself that integration can give effective results and become a winning choice for medium and long-term policies. In this context, business challenges are obviously also won at international level. We've been decisively increasing our international profile for some time now, not only by exploiting our know-how, but looking out for collaboration, cooperation and corporate partnership opportunities.”

“Top-level international partnerships” adds Piero Venturelli, Rimini Fiera General Manager, “such as that with Dbc, Usa world expo organizers with whom we organize an important seafood expo. Or with Publitec Argentina, a leading South American publishing group, through whom we organize Fithep, an artisan confectionery exhibition, in Brazil. Then there's our partnership with Munich's Ifat, for Ecomondo China in Shanghai. More recently, along with Progetti International, we signed an agreement with World Class Clubs, a Russian firm that manages a large chain of prestige Fitness Centres, aiming to organize together an event based on the same formula as our Fitness Festival, which will debut in Russia in September 2005 with the name of “Moscow Fitness Festival”.

Rimini Fiera is also member of Emeca, the prestigious European Major Exhibition Centre Association with headquarters in Paris: its members (a total of just 18) are owners and managers of the largest exhibition sites as far as area is concerned and have a majority share of expo activity, playing the role of a business driving force at both domestic level and on a wider European scale. Being an Emeca member isn't just a formal acknowledgement, of which we are rightly proud, but an opportunity to network at international level, which leads to ideas, solution and projects.”