

Un anno di crescita per Promoberg

A dodici mesi dall'inaugurazione del nuovo polo fieristico di Bergamo, il bilancio è positivo: gli spazi espositivi sono aumentati e sono state messe in cantiere nuove manifestazioni. La Campionaria resta l'evento principale, e da quest'anno presenterà alcune innovazioni per adattarla al contesto economico. A colloquio col segretario generale, Luigi Trigona

di **Andrea Bigotti**

Piani di espansione verso nuovi mercati emergenti, un calendario che prevede nei prossimi 12 mesi altrettante manifestazioni fieristiche, spazi espositivi in crescita. A un anno dall'inaugurazione del nuovo Polo Fieristico di Bergamo, per il segretario generale dell'Ente Fiera Promoberg, Luigi Trigona, si può davvero cominciare a parlare di un sistema fieristico *made in Bergamo* che, pur partendo da una posizione provinciale, si sta aprendo con decisione verso nuovi confini.

“Il sistema fieristico – rimarca Trigona – deve sentirsi a servizio delle imprese e deve dar loro un servizio per metterle in grado di presentarsi sul mercato al meglio. È un efficace strumento di marketing, e il nostro obiettivo è di proporre sempre un nuovo concept, con ambientazioni di grande qualità, che mettano in luce le peculiarità produttive e commerciali di chi vi partecipa. Il nuovo polo fieristico, in questo senso, ci consente di fare programmi a lungo periodo. Non dimentichiamo poi che l'organizzazione delle fiere e la filiera dei servizi strettamente complementari alle manifestazioni è un business con significative ricadute sull'economia del territorio.”

Un aspetto, questo, che in considerazione del ventaglio dei servizi acquistati da espositori e visitatori moltiplica per innumerevoli volte il fatturato degli organizzatori. “Le fiere – continua Trigona – sono un grande veicolo per i servizi di una città, mentre per le Pmi che

altre manifestazioni, rivolte a un segmento merceologico ben preciso: “Una fiera non è più una semplice vendita di metri quadrati, ma è piuttosto una vendita di spazi di comunicazione mirati a determinati target. È questa l'evoluzione del sistema. Da questa nuova concezione hanno preso il



partecipano costituiscono un fondamentale strumento di comunicazione business to business. In quest'ottica gli espositori hanno incrementato gli investimenti in attività di direct mailing, relazioni pubbliche e pubblicità.”

E se la Campionaria resta per eccellenza la fiera dei bergamaschi, accanto a essa, che anche nel 2004 si è confermata il più grande evento fieristico (in termini numerici), si delineano con decisione

via eventi innovativi, dal *Salone del Mobile e del Complemento d'arredo*, a *Pit Stop*, la rassegna



dedicata al mondo dei motori, per finire ad *Alta Quota* che ha fornito una panoramica a tutto campo sul mondo e sul comparto economico della montagna.

L'obiettivo, in questo senso, è puntare ad alzare sempre più la qualità delle fiere per attirare un numero sempre maggiore di espositori leader di mercato e



Luigi Trigona

detentori di marchi forti. Non solo, ma grazie alle fiere c'è modo di costruire rapporti sinergici con le istituzioni che, attraverso l'evento, possono sviluppare programmi di sviluppo e accoglienza, valorizzando gli elementi distintivi della città.”

Un mix strategico di pubblicità, relazioni pubbliche, ricerca, roadshow e investimenti continui: è questa la leva sulla quale l'Ente Fiera Promoberg spingerà per incrementare lo sviluppo dell'attività: “A livello congiunturale – conclude Luigi Trigona – la Campionaria, pur mantenendo la sua anima nazionalpopolare, ha leggermente accusato l'effetto negativo che caratterizza l'economia e le vendite. Questo ci spinge a pensare alla 27ª edizione (22/10-1/11/05, ndr) in un'otti-

ca di consolidamento e innovazione. Una fiera è un progetto aperto al pubblico, è un portale commerciale espositivo con tanti link attrattivi: per questo, non solo potenziaremo gli spazi espositivi, ma rivisiteremo quelli esistenti contrassegnandoli con co-esposizioni ed elementi di grande attrattiva.”

