

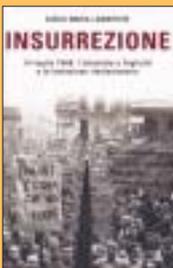
Carlo Maria Lomartire

### **Insurrezione**

**14 luglio 1948:  
l'attentato a Togliatti e la  
tentazione rivoluzionaria**

Mondadori, Milano 2006,  
pp. 266, euro 18,00

**D**opo l'attentato a Togliatti l'Italia corre il rischio della guerra civile.



Lomartire ripercorre quei frangenti delicati della vita della neonata repubblica, che furono un vero banco di prova dal quale le nostre giovani istituzioni uscirono rafforzate.

Niall Ferguson

### **Colossus**

**Ascesa e declino  
dell'impero americano**

Mondadori, Milano 2006,  
pp. 402 euro 20,00

**F**erguson, che è uno storico dell'economia, analizza il paradosso Usa: una potenza imperiale che nega di essere tale quando invece, secondo l'autore, il mondo ha bisogno d'un impero liberale che mantenga le condizioni del libero scambio: pace, ordine, politiche stabili.



Magdi Allam

**Io amo l'Italia**

**Ma gli italiani la amano?**

Mondadori, Milano 2006,  
pp. 312 euro 17,00

**A**lla magdi allam disegna il quadro di una nazione che sottovaluta la pericolosità e determinazione di alcuni predicatori di violenza religiosa in casa nostra.



Nel volume alcune idee concrete, per es. l'istituzione di un Ministero per l'Integrazione.

## **SPECIALE**

# **Sistema Fiere-Congressi**

# **I T A L I A**

## **Fiere italiane tra alleanze e concorrenza**

### **Italian fairs between alliances & competition**

di/by Giovanni Paparo

**L**a recente notizia sull'alleanza strategica tra Fiera Milano e Deutsche Messe AG di Hannover offre il miglior termine di paragone col quale valutare la congiuntura fieristica internazionale e in particolare quanto sta avvenendo in Italia.

“L'alleanza strategica fra i nostri due Gruppi rappresenta un'opportunità memorabile per il settore fieristico europeo. Hannover e Milano rappresentano infatti un connubio ideale, caratterizzate come sono da portafogli manifestazioni perfettamente sinergici” hanno affermato i presidenti di Deutsche Messe AG e di Fiera Milano Spa, Walter Hirche e Michele Perini.

“Si dà oggi formalmente avvio a un accordo di collaborazione che mettendo a fattor comune il know how e le risorse dei due principali quartieri fieristici al mondo darà un contributo forte e decisivo allo sviluppo dell'attività di organizzazione di manifestazioni fieristiche nei paesi a maggior tasso di crescita: Brasile, Russia, India e Cina, i cosiddetti paesi BRIC” hanno aggiunto gli amministratori delegati di Fiera Milano Spa e di Deutsche Messe AG, Piergiacomo Ferrari e Sepp D. Heckmann.

La collaborazione per la penetrazione sui mercati internazionali, su cui si congetturava negli anni passati, tra Italia (seconda piazza fieristica in Europa) e Germania (primo protagonista) sta diventando una corposa realtà. La precedente notizia dell'accordo tra il Cibus di Parma e l'Anuga di Colonia (vedi Prisma 85/2006, p. 15) è ora surclassata dalla collaborazione tra i due più grandi quartieri fieristici del mondo, Milano e Hannover, e non sono da escludere altri annunci clamorosi.

E veniamo alla situazione in Italia: i grandi protagonisti (tutti trasformati in Spa salvo Veronafiore): Fiera Milano, BolognaFiere, Veronafiore, Rimini Fiera, Fiere di Parma, e ora anche Fiera Roma, sono impegnati in ambiziose strategie di consolidamento e sviluppo, tutte all'insegna dell'internazionalizzazione.

C'è da dire che il notevole incremento degli spazi offerti, concentrato in un arco di tempo ristretto, ha portato a forme di concorrenza molto spinte, con conseguenti frizioni che sono sfociate anche in azioni giudiziarie, e tali frizioni sembrano destinate a durare ancora per qualche tempo. Inoltre, l'assunzione diretta di alcuni servizi da parte dei gestori (leggi allestimenti), o la loro erogazione in condizioni di quasi monopolio da parte di concessionari

*The recent news about the strategic alliance between Fiera Milano and Hanover's Deutsche Messe AG offers the best benchmark for evaluating the present situation in the exhibition market on an international level, and especially as for the Italian situation.*

*“The strategic alliance between our two Groups is a memorable opportunity for the European exhibition industry. Hanover and Milan are in fact an ideal match, featuring as they do perfectly synergical exhibition portfolios”, stated the chairmen of Deutsche Messe AG and Fiera Milano SpA, Walter Hirche and Michele Perini.*

*“Today marks the official start of a partnership agreement that, by sharing the know-how and resources of the world's two leading exhibition centres, will make a strong and decisive contribution to development of the exhibition organization business in the fastest growing countries – Brazil, Russia, India, and China – i.e. in the so-called BRIC countries”, added the CEOs of Fiera Milano SpA and Deutsche Messe AG, Piergiacomo Ferrari and Sepp D. Heckmann.*

*The cooperation between Italy (second exhibition market in Europe) and Germany (first one) aimed at the penetration into the international markets, which has been the subject of many speculations for the past year, is now becoming a thick reality. The news of the alliance between Parma's Cibus and Cologne's Anuga (see Prisma 85/2006, p. 15) is now overcome by the cooperation between the two greatest exhibition grounds in the world. And new sensational announcements are not to be excluded.*

*As for the Italian situation, the main players (all transformed in Jsc, but Veronafiore) Fiera Milano, BolognaFiere, Veronafiore, Rimini Fiera, Fiere di Parma, and now also Fiera Roma, are all engaged in ambitious strategies of consolidation and development, all marked by internationalization.*

*We have to say that the big increase in spaces, which has been concentrated in a limited time, has led to very strong competition forms. As a consequence, a number of conflicts aroused, which flowed into juridical actions, and which are bound to go further for some time. Moreover, some operators (such as Fiera Milano for instance) took on themselves the supply of some services (e.g. standbuilding), or gave their supply to subcontractors in a monopoly condition (e.g.*