

**Jannick Alimi, Olivier Aubry**  
**Votre argent les intéresse**  
 Robert Laffont, Parigi 2006,  
 pp. 234 euro 19,00

La polemica sulla correttezza dell'operato di banche e assicurazioni è attuale anche in Francia.



Gli autori denunciano piccoli e grandi scandali di questo mondo, facendoci penetrare nelle pieghe del mondo finanziario, dai metodi talvolta discutibili, anche con l'aiuto di testimonianze di operatori del settore.

**Laurence de Charette, Marie-Christine Tabet**  
**Edf. Un scandale français**  
 Robert Laffont, Parigi 2006,  
 pp. 228 euro 18,00

Secondo gli autori la Edf (società elettrica di Francia) sperpera il denaro pubblico finanziando la Cgt (equivalente d'oltralpe della Cgil) e il partito comunista francese.



In un momento in cui il Cda della Edf è sotto inchiesta, una testimonianza esplosiva.

**Jean-Yves Potel**  
**Scènes de grèves en Pologne**

Les éditions noir sur blanc,  
 Losanna 2006, pp. 416  
 euro 25,00

È state 1980: la Polonia è scossa da un'ondata di scioperi senza precedenti.



A Danzica e a Stettino gli operai dei cantieri navali tengono testa al regime per migliorare le condizioni di lavoro.

Malgrado la minaccia dell'intervento sovietico, si sigla un accordo sancendo la nascita del sindacato Solidarnosc: una prima breccia nel blocco comunista, che imploderà otto anni più tardi.

ITALIA. FIERA MILANO PRESENTA IL PIANO INDUSTRIALE 2007-2011

## Le nuove sfide di Fiera Milano

Dopo la svolta impressa col nuovo quartiere di Rho, Fiera Milano presenta ora un impegnativo progetto di sviluppo diretto a consolidare la leadership e gli equilibri economico-gestionali dell'azienda

di Alberto Guizzardi



Il Piano industriale 2007-2011, annunciato in febbraio e reso pubblico un mese dopo, riscrive la *mission* di Fiera Milano accentuandone il compito di fornitore di servizi legati a fiere e congressi e che generano valore per i clienti. Adotta inoltre interventi mirati di valorizzazione e internazionalizzazione del portafoglio manifestazioni e interviene sulla stagionalità dell'attività fieristica, incrementando e stabilizzando ricavi e margini oggi soggetti a fluttuazioni, talora significative, da un esercizio all'altro.

“Negli ultimi anni – spiega l'ad Claudio Artusi – abbiamo dovuto concentrare tempo ed energie sull'hardware, sulla realizzazione e l'avvio del complesso di Rho. Adesso, vinta quella partita, possiamo concentrarci sul software, sull'ottimizzazione della redditività dell'azienda e la valorizzazione delle sue potenzialità”.

### Gli obiettivi strategici

Da qui l'individuazione di una serie di obiettivi strategici, tra cui internazionalizzazione, ulteriore rafforzamento nei settori manifestazioni-congressi ed editoria tecnica, efficientamento dei costi di gestione. E a fronte di ciò, un programma che indica in dettaglio azioni e risultati attesi.

Tra le azioni in cantiere spicca l'acquisizione di manifestazioni, in particolare all'estero, la ridefinizione dell'attuale portafoglio mostre, anche attraverso la cessione di marchi non strategici, e la crescita del gruppo nell'editoria tecnica.

A supporto di tali interventi saranno investiti 120 milioni di euro nel biennio 2007-2008, di cui circa l'80% nell'esercizio in corso. È previsto un ritorno del 12% a regime, ossia nel 2009.

Miglioramenti di ricavi e margini sono inoltre attesi dall'intensificazione dell'organizzazione in proprio di eventi.

### Migliore gestione degli spazi

Per quanto riguarda il problema dei costi gestionali, l'obiettivo è di concentrare l'attività di fieramilanocity nei padiglioni 5 e 6, rinunciando agli altri, previa verifica con gli organizzatori che vi operano. Contestualmente sarà realizzata una struttura aggiuntiva di 40.000 m<sup>2</sup> lordi a Rho, sull'attuale area espositiva all'aperto.

“Ciò che vogliamo – dice Artusi – è razionalizzare l'utilizzo degli spazi e ridurre di conseguenza i costi, senza nulla togliere alle potenzialità di Fiera Milano. In effetti abbiamo ora due sedi di cui una, quella di Rho, per quanto imponente, va

ulteriormente ampliata per soddisfare al meglio le richieste dei colossi fieristici internazionali. Mentre l'altra, quella in città, è più grande di quanto necessario per ospitare le mostre di piccolo e medio calibro. Dobbiamo quindi redistribuire i pesi”.

### Nuovo modello organizzativo

Il piano prevede anche l'implementazione di un più efficiente modello organizzativo, in grado di incidere sul funzionamento sia del gruppo nel suo complesso sia delle singole società.

Le aree individuate sono: potenziamento del capitale umano; sinergie operative, conferendo alla capogruppo le funzioni di indirizzo, governo e controllo del gruppo, e lasciando invece alle controllate la gestione del business; riduzione del numero delle società controllate.

### Previsioni per i prossimi anni

Da questa strategia sono attesi significativi benefici già a breve scadenza. La superficie netta che Fiera Milano conta di vendere nel 2007 e 2008 (poco più di 1,8 milioni

