

Il 2007 è stato a Fiera Milano un altro anno intenso, ricco di novità. Ha visto infatti l'ingresso, con altrettante mostre, in tre settori strategici (edilizia, alimentare, sanità); il varo di un impegnativo piano industriale di rilancio, con investimenti nel biennio 2007-2008 per 120 milioni di euro; un significativo rafforzamento nell'editoria trade; uno storico accordo (in dirittura d'arrivo) con la Fiera di Hannover, che darà il via ad una vera e propria offensiva sui principali mercati emergenti, a partire dalla Cina.

La mission

Completato con successo il nuovo grande quartiere espositivo, Fiera Milano sta ora procedendo ad una revisione ad ampio raggio della sua strategia di sviluppo. E la fa con una mission molto chiara in testa, che l'amministratore delegato Claudio Artusi riassume in due punti: accelerare l'internazionalizzazione delle mostre, che nell'economia globale devono essere sempre più il mezzo per far incontrare mondi e persone che altrimenti difficilmente avrebbero occasione di incontrarsi; andare oltre la tradizionale mostra-esposizione, poiché le moderne fiere non possono più essere semplici vetrine ma devono dare alle aziende idee e stimoli per aiutare il business, informazione e formazione,

contributi efficaci alla catena del valore.

Un quartiere all'avanguardia

Fiera Milano sta costruendo il suo futuro su una solida base. Grazie al grande rinnovamento degli ultimi anni, possiede oggi uno più vasti, moderni e funzionali quartieri espositivi al mondo, che non significa solo spazi espositivi di assoluta eccellenza ma anche servizi completi e di ottimo livello - dagli allestimenti alla ristorazione, dalla congressistica alla comunicazione su carta e via internet - erogati dallo stesso gruppo Fiera Milano, e quindi in certo senso garantiti. In ambito congressuale, ad esempio, il centro espositivo milanese è protagonista di primissimo piano a livello europeo e gestisce, attraverso Fiera Milano Congressi, tre centri per convention, tra cui il numero uno in Italia, il Milan Convention Center.



MILANO. DOPO IL NUOVO QUARTIERE COSTRUIRE LO SVILUPPO

Fiera Milano mette a punto la sua nuova strategia di sviluppo

Accelerare l'internazionalizzazione delle mostre e andare oltre la tradizionale mostra-esposizione, importanti accordi internazionali, crescita nell'editoria tecnica e nell'internet tra i punti chiave illustrati dall'amministratore delegato Claudio Artusi

di Alberto Guizzardi



Vetrina del made in Italy

Altro punto di forza è un portafoglio mostre unico: un'ottantina di eventi l'anno rivolti agli operatori professionali, con punte di eccellenza nei comparti classici del made in Italy, come la filiera del tessile-moda, l'arredamento-design (un nome per tutti: Salone Internazionale del Mobile), l'illuminazione, i prodotti per la casa (Macef) e la

meccanica strumentale nelle sue molteplici applicazioni industriali. Varietà e qualità degli eventi caratterizzano anche il calendario delle mostre "tecniche" del prossimo anno: il comparto della sicurezza sarà rappresentato da Sicurezza, Sicurtech Expo e Infosecurity (sistemi e

tecnologie di sicurezza attiva e passiva e prevenzione informatica); la meccanica e l'automazione da Bias (biennale dell'automazione), BI.Man (manutenzione industriale) e Fluidtrans Compomac (fluidotecnica); il settore macchine utensili e robot da Bimu e Sfortec; le tecnologie per la lavorazione del legno da Xylexpo e Sasmil. Fiore all'occhiello del 2008 è poi Mostra Convegno Expocomfort, la biennale organizzata da Fiera Milano, leader internazionale nei prodotti e impianti per riscaldamento, condizionamento, energia, tecnica sanitaria e arredamento bagno.

Al servizio delle imprese

Tutto ciò fa da sempre di Fiera Milano un formidabile strumento di promozione e internazionalizzazione delle imprese, un trampolino di lancio del made in Italy e un catalizzatore di sviluppo per l'intero Paese. La sfida è ora mantenere questo ruolo prezioso di supporto delle aziende, rispondendo però con tempestività ai nuovi bisogni da esse espressi.

"Il primo bisogno - dice Artusi - è affrontare con efficacia i processi di globalizzazione. Per questo abbiamo messo a