

Il 2008 si era aperto con un importante accordo strategico con la Fiera di Hannover, che poneva le basi per lo sbarco di Fiera Milano in Cina e, in prospettiva, su altri grandi mercati extraeuropei. Si è chiuso con l'estensione di quell'accordo all'India e con l'apertura temporanea della stazione ferroviaria del quartiere espositivo, in occasione dell'Artigiano in Fiera (definitiva nella primavera 2009). Sono questi i due estremi che racchiudono un anno di grande dinamismo per Fiera Milano, durante il quale sono stati fatti ulteriori passi avanti nel rilancio del centro espositivo e la gestione è tornata in attivo (l'andamento dei primi nove mesi rassicura ampiamente in merito al conseguimento degli obiettivi di 320 milioni di ricavi consolidati e 28 milioni di margine operativo lordo).

#### I progressi del 2008

Internazionalizzazione, servizi, comunicazione: sono queste le tre direttrici che hanno orientato l'azione di Fiera Milano.

Il processo di internazionalizzazione è stato accelerato e ora, sottolinea il presidente Michele Perini "il raddoppio di espositori e visitatori esteri in un triennio è decisamente più vicino". Ma significativi progressi sono stati compiuti anche nel continuo upgrading dei servizi e nell'efficienza e fruibilità complessiva del centro espositivo. Il complesso sistema delle connessioni stradali trova ora una formidabile integrazione nella

ferrovia (vedi articolo a p. 16).

Anche dal punto di vista dell'accoglienza di visitatori ed espositori sono stati fatti grandi progressi, grazie al completamento di due alberghi per 400 stanze complessive, costruiti a poche centinaia di metri dall'ingresso principale del quartiere, e che saranno aperti nel 2009.

#### Progetti per il 2009

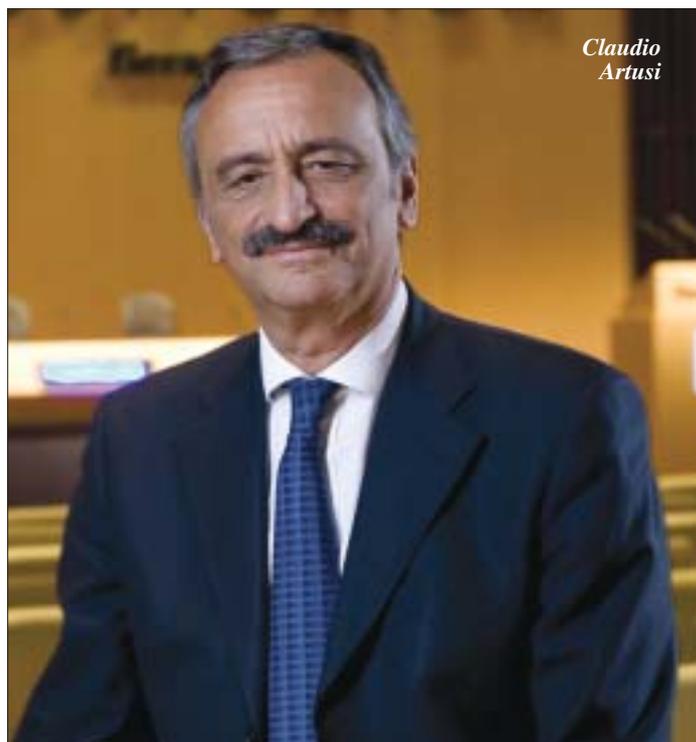
Nel nuovo anno proseguiranno gli sforzi sul fronte dell'internazionalizzazione dove Fiera Milano sta guardando con interesse a Russia, Brasile e Turchia, per verificare se vi siano partner locali forti con cui replicare anche in questi mercati lo schema ormai rodato della joint venture, a cui Fiera Milano contribuisce con l'esperienza globale e il potenziale partner con la conoscenza della sua specifica realtà.

L'attenzione resta anche concentrata sulla valorizzazione della dimensione "comunicazionale" delle mostre. I moderni eventi fieristici non esauriscono infatti la loro funzione nel momento espositivo, ma sono tappe di un processo integrato della comunicazione d'impresa.

"Le moderne fiere - spiega l'amministratore delegato Claudio Artusi - non possono più essere semplici vetrine ma devono dare alle aziende idee e stimoli per aiutare il business, informazione e formazione, conoscenza e relazioni. Per questo stiamo crescendo come editori di stampa tecnica, attraverso una serie di acquisizioni di

MILANO. BILANCI E PROGETTI PER LA FIERA

## Internazionalizzazione, servizi, comunicazione: le strategie di sviluppo di Fiera Milano



Claudio Artusi

società editrici che pubblicano testate trade. E stiamo investendo sui congressi, dove vanno registrati due fatti di grande rilievo: l'acquisizione di Business International, noto brand nella formazione e organizzazione di convegni e workshop, e il varo del progetto che entro il 2010 triplicherà l'attuale

centro congressi Milano Convention Centre, facendone il numero uno in Europa".

Certamente il 2009 non sarà un anno facile. Ma la crisi non intacca la fiducia di fondo. "Ne soffriremo tutti e la crisi sarà selettiva anche per le fiere" conclude Artusi. "Ma credo che alla fine ne usciremo bene, sia come Fiera Milano sia come Paese. Pur con tutta la prudenza che i tempi suggeriscono, mi sono iscritto al club degli ottimisti. Se ragionassimo in una logica di breve termine dovremmo fare quel che si fa in momenti difficili come questi: tagliare i costi. Invece faremo ben di più. Innanzitutto andremo avanti con gli investimenti all'estero. Poi incrementeremo gli investimenti sulle nostre fiere, per avere un migliore ritorno dal rapporto con i clienti. Siamo anche nella fortunata condizione di poter perseguire una politica di sviluppo che altri non possono permettersi: Fiera Milano è infatti un'azienda sana, sostanzialmente senza debiti". ■

