

Per le piccole e medie imprese, partecipare alle fiere è un importante mezzo per promuovere il loro business, identificare nuovi mercati, monitorare la concorrenza e, soprattutto, allargare la loro rete di contatti. In tempi di crisi, quando la concorrenza si fa ancora più dura, partecipare a eventi che offrono grande visibilità è strategicamente importante. Ma la crisi ha colpito la capacità d'investimento di molti espositori europei, provocando di riflesso un impatto negativo sulle fiere.

**Aiuti al credito e nuove formule espositive**

Per contrastare questa situazione, i membri EMECA offrono agli espositori una serie di misure di sostegno e nuovi servizi. Per esempio, BolognaFiere, Feria Valencia, Fira de Barcelona e altri hanno firmato accordi con istituti bancari per agevolare l'accesso a prestiti a breve termine per le società che partecipano alle loro manifestazioni.

Ma gli aiuti alle aziende non si limitano agli aspetti economici. BolognaFiere si è impegnata a trasformare le sue manifestazioni da piattaforme espositive a strumenti di marketing, ed è fortemente impegnata ad aumentare la presenza di operatori esteri e delegazioni governative alle fiere, agendo autonomamente o in collaborazione con varie istituzioni.

Per incrementare la partecipazione delle imprese alle fiere, negli ultimi due anni IFEMA – Feria de Madrid ha svi-

**EUROPA. UN PROGRAMMA PER POTENZIARE GLI SCAMBI CON L'AMERICA LATINA**

**EMECA: sostenere gli espositori per sostenere le fiere**

I membri dell'Associazione dei principali centri espositivi europei adottano nuove misure per aiutare le imprese ad uscire dalla crisi



Jörn Kornenwerth

luppato alcune iniziative, tra cui politiche speciali dei prezzi, nuove e meno costose formule di partecipazione, stand dal design più essenziale ed economico, potenziamento della promozione e della comunicazione. Un'altra strategia consiste nel dare agli espositori diverse opzioni espositive, dagli stand modulari con servizi essenziali agli stand personalizzati e adattati all'immagine che le aziende espositrici desiderano trasmettere.

**Il programma AI-Invest**

L'America Latina sta diventando una piazza commerciale sempre più interessante. La quota di PIL mondiale detenuta da Centro e Sud America era già di 3534 miliardi di dollari (6,5%) nel 2007, e negli ultimi due anni le esportazioni hanno raggiunto un tasso di crescita a due cifre.

Per promuovere lo scambio tra imprese latino-americane ed europee, EMECA sta procedendo all'attuazione della quarta fase dell'America Latina – Invest Program (AI-Invest). Obiettivo è organizzare 30 padiglioni per le PMI latino-americane in occasione di fiere europee tra 2009 e 2012.

“Per i nostri membri – spiega Jörn Kornenwerth, segretario generale EMECA – è una grande opportunità per presentarsi alle aziende latino americane come efficienti organizzatori fieristici. Le imprese, da parte loro, traggono vantaggio dalla possibilità di utilizzare le principali fiere del settore come punto d'ingresso nel mercato europeo.”



Fira de Barcelona

**Paolo Legrenzi**  
**Non occorre essere stupidi per fare sciocchezze**  
**Il Mulino, Bologna 2010,**  
**pp. 148, euro 10,00**

Quali trappole cognitive e circostanze sociali che ci inducono a commettere sciocchezze? Il libro spiega cosa ha da dire in merito la psicologia.

NON OCCORRE ESSERE STUPIDI PER FARE SCIOCCHESSE



**Avital Ronell**  
**Stupidity**  
**Utet Libreria, Torino 2009,**  
**pp. 562, euro 22,00**

Da Dostoevskij a Musil, l'Autore indaga i temi dell'ignoranza, dell'imbacillità e dei limiti della ragione.