

L'Onu diventa sponsor di Fiera Milano

L'a.d. Ferrari: le Nazioni Unite sosterranno il lancio dei saloni Build Up, Tuttofood e di una rassegna medica

MILANO ■ Nasce un'inedita alleanza in campo fieristico. L'Onu, attraverso l'agenzia Occam (la sola agenzia delle Nazioni Unite che abbia sede in Italia e, per la precisione, a Milano), ha siglato un accordo di collaborazione con la Fiera di Milano per promuovere, a livello mondiale, alcune grandi rassegne che il polo espositivo lombardo lancerà nel 2007: Build Up (il salone dell'urbanistica e delle costruzioni), Tuttofood (alimentare) e una nuova rassegna nel

settore medico-sanitario che verrà annunciata a breve. L'intesa è estesa anche al mondo dell'audiovisivo con il coinvolgimento del Mifed.

L'accordo Onu-Fiera Milano sarà illustrato pubblicamente il 20 e 21 aprile prossimi a New York in una conferenza internazionale ospitata dal Palazzo di vetro. I lavori, a cui interverrà anche Piergiacomo Ferrari, amministratore delegato di Fiera Milano Spa, saranno trasmessi in videoconferenza a Milano, Parigi, Ginevra, in Brasile, Perù, Madagascar, Repubblica Dominicana e in altri Paesi ancora. Ferrari (69 anni) anticipa al Sole-24 Ore i contenuti operativi esempio, la domanda di nuovi ospedali, di scuole, di nuovi villaggi e nei quali è necessario rafforzare la cooperazione anche in campo alimentare».

L'accordo, nei piani dell'amministratore delegato, potrebbe avere un duplice risvolto per le aziende italiane. Da un lato la collaborazione e il sostegno assicurati dall'agenzia Onu diretta da Pierpaolo Saporito dovrebbe far confluire, alle esposizioni milanesi, una nutrita schiera di visitatori stranieri; dall'altro potrebbe

dell'accordo, che ha carattere «esclusivo», nel senso che l'Onu ha riservato l'esclusività dei suoi servizi in materia fieristica alla sola Fiera di Milano.

«Le nuove fiere che stiamo lanciando nei settori dell'edilizia, dell'alimentare e in campo medico-sanitario — spiega Ferrari — sono giudicate, dall'agenzia dell'Onu, di grande rilevanza sociale e, soprattutto, di notevole interesse per i Paesi in via di sviluppo. Sono i Paesi dove è fortissima, per schiudere delle opportunità di business per gli operatori italiani — nei campi dell'edilizia, dell'alimentare e della sanità — nelle economie dei Paesi emergenti. E il cinema? «In questo caso — aggiunge Ferrari — si vuole offrire l'opportunità ai Pvs di costruirsi in casa un'industria dell'audiovisivo».

Lotta ai falsi. Si rafforza intanto l'impegno di Fiera Milano Spa per contenere la piaga della contraffazione. Ieri Michele Perini, presidente di Fiera Milano

Al timone.
L'amministratore delegato
di Fiera Milano Spa,
Piergiacomo Ferrari
(Emblem)



Spa, ha firmato un accordo biennale con il Centro studi anticontraffazione per contrastare i casi di duplicazione di marchi, modelli e brevetti che vengano alla luce nell'ambito delle mostre ospitate nel polo milanese. L'intesa prevede che all'interno delle manifestazioni fieristiche venga creato, con il consenso dell'organizzatore del salone, uno sportello legale per la tutela dei diritti di proprietà industriale e intellettuale.

MARCO MORINO