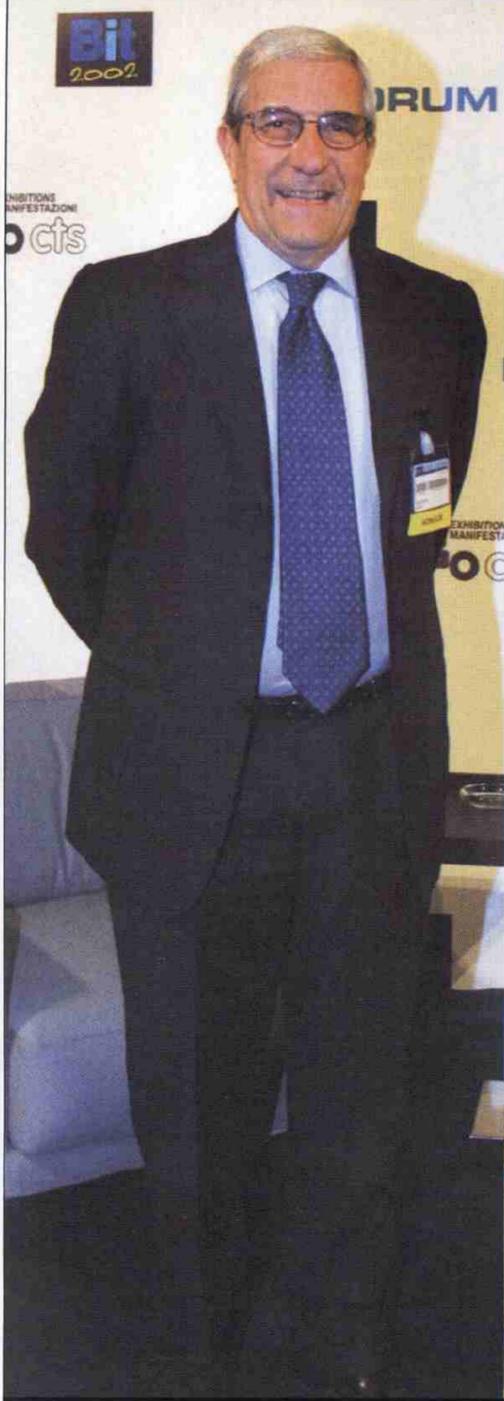


PROFESSIONE MANAGER



La fiera

che innova



Il presidente di Expo Cts spa richiama l'attenzione delle Istituzioni verso la Fiera italiana più internazionale e più qualificata.

di **Enrica Governi**

VENTI MANIFESTAZIONI

A sinistra, Adalberto Corsi, presidente di Expo Cts la più importante società organizzatrice di fiere in Italia.



Grazie anche al rapporto con Fiera Milano spa, siamo l'organizzazione più attiva nel campo delle fiere, come ci riconoscono in tanti. Abbiamo investito e stiamo investendo molto, e i nostri soci - Fiera Milano spa e Unione Confcommercio - hanno fiducia nel nostro operato, non ci pressano sui dati economici a breve», racconta a *Espansione* Adalberto Corsi, presidente di Expo Cts spa, la più importante società organizzatrice di fiere in Italia che gestisce 20 tra le manifestazioni più conosciute a livello internazionale.

«A loro basta che la società vada bene, e a questo proposito i risultati parlano chiaro», continua, «ma soprattutto vorrei ribadire il nostro sforzo economico. Reinvestiamo i guadagni sui marchi, e sulla valorizzazione degli stessi, che ormai sono 17, tutti importanti, di cui molti a livello internazionale come Bit, Host, Milanovendemoda, Internazionale dell'antiquariato, Friend & Partnership. Tutti i marchi, anche quelli nuovi, vanno sostenuti con una spinta forte legata all'innovazione. La Fiera non può rimanere ferma. Non oso pensare che cosa potremmo fare di bello e di positivo, ancor più di quanto stiamo già facendo da anni, se solo avessimo un maggior coinvolgimento da parte delle istituzioni. Otterremmo un risultato di gran lunga superiore di quanto abbiamo ora: io credo che potremmo avere dei risultati a dir poco strepitosi».

«Entro un anno», prosegue Corsi, «realizzeremo anche una fiera sulla musica e sull'intrattenimento in cui crediamo molto, che si chiamerà

Meet. Per questa manifestazione, abbiamo anche ottenuto una partecipazione della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi)».

Corsi continua: «Sarebbe molto utile che quando sono in programma fiere importanti si attivassero iniziative, grandi eventi, manifestazioni, concerti, notti bianche, l'apertura dei musei anche di sera. È un peccato che in passato, salvo che da parte di alcuni assessori, in particolare quello che si occupava dei grandi eventi e che ora purtroppo non ha più questo incarico, la presenza delle istituzioni sia stata carente. Consideriamo cosa vuol dire avere 40/50 mila persone che arrivano in Italia, per seguire le nostre fiere e che riporteranno le loro impressioni all'estero. È una potenzialità enorme, di cui dobbiamo renderci conto».

Secondo Corsi la città deve essere in grado di offrire tutta una serie di eventi sostenuti da sponsorizzazioni. «Sicuramente ci sono gioiellieri, grandi nomi della moda, rinomate griffe dell'orologeria, marchi automobilistici, disposti a sponsorizzare una manifestazione, oppure un evento legato alla stessa. Con 50 mila persone che affluiscono in contemporanea in città, in occasione delle nostre fiere internazionali non si dovrebbe faticare per trovare sponsor all'altezza».

Sempre più appassionato, Corsi aggiunge: «Io mi propongo di portare avanti questo discorso con il nostro maggiore partner, la Fiera di Milano, presso il nostro sindaco, la Signora Moratti, per cercare almeno una condivisione parziale». Expo Cts, infatti, è partecipata al 51% da Fiera di Milano spa e per il 49% dall'Unione del Commercio di Milano-Confcommercio; organizza, come accennato, 20 manifestazioni con 295.000 metri quadrati espositivi netti, 11.800 espositori, comprese le aziende rappresentate, e oltre 650.000 visitatori.

Ci potrebbe accennare ai programmi di Expo Cts e in particolare della Fiera del Wellness?

«I nostri programmi sono sempre importanti e proseguono sulla strada dello sviluppo. Il nostro principale obiettivo prima di tutto era quello di avere un partner importante. Fiera Milano spa lo è, e di questo siamo già molto soddisfatti. Inoltre un altro importante obiettivo è quello di valorizzare al meglio i marchi già esistenti e di averne di nuovi. Uno di questi è, appunto, il wellness, per noi fondamentale, perché dietro questa manifestazione c'è una tendenza, una moda. Basta ragionare su quanti frequentano i centri fitness, quando hanno tempo libero. Wellness World Exhibition, si chiamerà così la Fiera organizzata da Expo Cts, nasce come un grande momento di confronto per quanti operano, a diversi livelli, nel campo del benessere in senso generale. Noi crediamo di poter ottenere ottimi risultati. Abbiamo già diverse aziende che si sono proposte, e altre ancora, ne siamo certi, vi aderiranno».

Campionaria delle eccellenze

La Fiera Campionaria di Milano, negli anni Sessanta, non era soltanto una grande manifestazione dedicata al mondo delle imprese e delle Istituzioni. Era qualcosa di più. Era una gigantesca festa popolare delle meraviglie all'interno della quale gli italiani avevano l'occasione di conoscere e toccare la rivoluzione industriale del pianeta nello spazio di una giornata. E d'altra parte dove se non lì? Il jumbo jet con i viaggi low cost non esistevano e la televisione era ancora allo stato embrionale. Quanti italiani, per esempio, hanno incontrato per la prima volta in vita loro un africano o un asiatico alla "Campionaria"?

Come si sa le cose sono poi cambiate. Sono arrivate le fiere di settore, talvolta in contemporanea, quasi sempre con cadenza mensile. E poi internet che in futuro sarà in grado di portare per mano il visitatore attraverso fiere virtuali di tutto il mondo.

Eppure, di fronte a uno scenario di questo genere, la Campionaria sta per rivedere la luce. Naturalmente non si tratta della vecchia e cara Fie-

ra Campionaria ma qualcosa di diverso. «Abbiamo scelto il nome Campionaria perché fortemente evocativo», spiega a *Espansione* Carlo Bassi, amministratore delegato di Expo Cts, «ma lo abbiamo trasferito in un concept diverso. Allora era il mondo che si presentava all'Italia, adesso è l'Italia che si vuole presentare al mondo». Secondo Bassi, si tratta di un'Italia che spesso non si conosce. Un'Italia che sa fare eccellenza e innovazione grazie a imprese anche note ma di cui non si conosce il perché dell'eccellenza e della capacità a competere. Imprese piccole e medie, ma in grado di vincere la sfida dei mercati a livello mondiale.

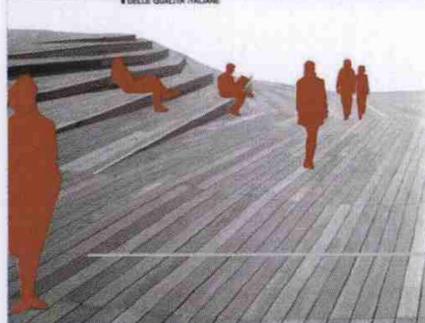
Questa Campionaria del Terzo Millennio, che per l'esattezza si chiama Campionaria delle Qualità Italiane, partirà a primavera del prossimo anno e durerà quattro giorni: due dedicati agli operatori, mentre nel week end sarà aperta al pubblico. La manifestazione è organizzata da Expo Cts, società controllata da Fiera Milano al 51% e dall'Unione del Com-

PARTENZA: LA PROSSIMA PRIMAVERA

A destra, Carlo Bassi, Amministratore delegato di Expo Cts; sotto e nella pagina successiva, alcuni prospetti della nuova Fiera Campionaria di Milano.

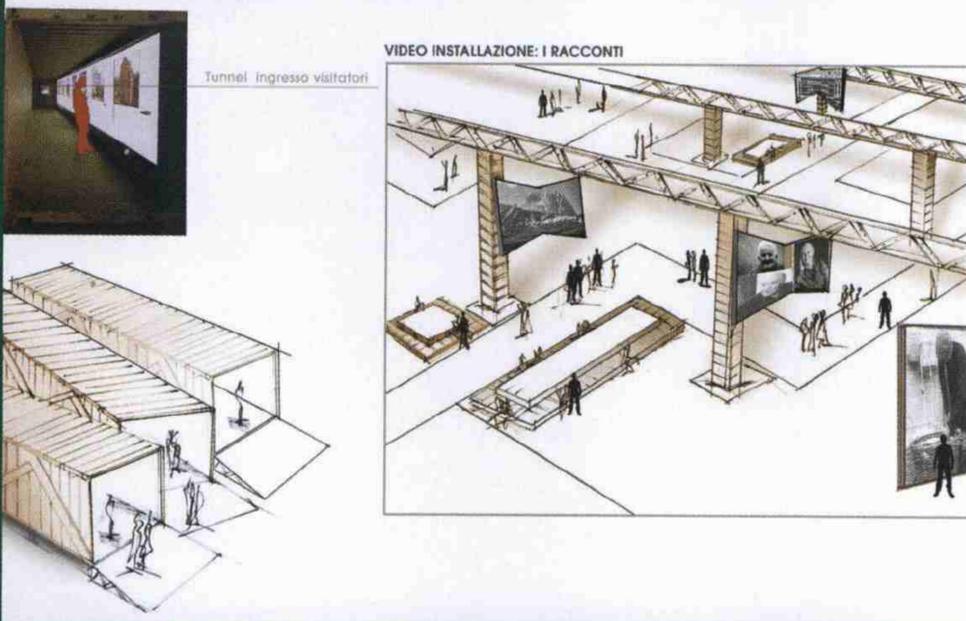


La Campionaria



PROFESSIONE MANAGER

La Campionaria
DELLE QUALITÀ ITALIANE



mercio al 49%. Il nome Campionaria e la gestione organizzativa è invece una joint venture tra Expo Cts e Symbola, la fondazione che ha dato il via a questo progetto.

«Symbola», precisa Carlo Bassi, «nasce dalla volontà di scoprire e fare emergere il valore del successo delle imprese quando sono legate strettamente a un territorio, quindi a una cultura, a un modo di lavorare e di concepire i rapporti sindacali. Se questa formula è stata vincente per tante aziende, ecco, sulla base di questa formula, si può ipotizzare un rilancio dell'economia italiana».

Secondo l'amministratore delegato di Expo Cts non è un caso se alla fondazione Symbola si sono legati personaggi che vivono il mondo economico come Alessandro Profumo, amministratore delegato di Unicredit, ma in grado di comprendere che le eccellenze italiane sono quasi tutte estremamente connesse alla capacità del territorio di produrre queste eccellenze.

Gli esempi non mancano. «Come Alberto Bombassei di Brembo, vicepresidente di Confindustria», ricorda Bassi, «i freni che produce si vendono in tutto il mondo e sono montati sulla Ferrari F1. Vengono progettati e creati non a caso in un territorio. Perché in quel territorio c'è una cultura del lavorare in quel determinato settore».

Alla base di Symbola c'è la "soft-economy": un concetto nuovo di economia pensato da Ermete Realacci, presidente onorario di Legambiente. «Non si può fare impresa senza essere strettamente collegati alle radici storiche e culturali del territorio», spiega meglio Bassi, «questo fa la differenza tra un prodotto di eccellenza italiano e estero. Abbiamo abusato e consunto il made in Italy. Da circa 25 anni viviamo il made in Italy della mo-

da, del design, di tre o quattro settori che ci hanno fatto conoscere in tutto il mondo ma siamo stati incapaci di fare sistema. Il sistema complessivo lo si deve riunire e mettere in rete ed è questo l'obiettivo di Symbola». Mettere in rete, secondo Bassi, significa fare emergere realtà imprenditoriali d'eccellenza che non si conoscono. Realtà che sono presenti nei settori dell'agroalimentare ma anche in quello della tecnologia. Ma se rimangono realtà singole, come accade nel turismo, restano realtà artigianali.

Fare sistema, tuttavia, nel concetto di Softeconomy, non significa fare fusioni. Entrare in rete significa scambiare informazioni, conoscenze. Non perdere le peculiarità del territorio né le proprie dimensioni medio-piccole.

La Campionaria delle Qualità Italiane, nasce per essere fatta tutti gli anni in Italia, ma pure per avere degli spin off che si possono realizzare all'estero con l'obiettivo di rappresentare il meglio di questa Fiera nel resto del mondo. «La condizione espositiva», spiega Bassi, «non è mettere in mostra il prodotto dato che ci sono già le fiere dedicate. Alla Campionaria si mostra come nascono i prodotti». Un esempio? «Vorremmo portare ovviamente la Ferrari. Ci sarà la macchina, ma faremo vedere come nasce, magari mostrando la galleria del vento».

La Campionaria, che si terrà nel nuovo polo fieristico di Rho-Però, si svilupperà lungo un itinerario obbligato per settori. Saranno invitate Aziende, Enti e Istituzioni. Con che logica? Bassi non ha dubbi: «Saranno presenti marchi e imprese che sanno dare emozioni anche per quello che c'è dietro al prodotto».

Mario Barone

Come sono cambiati la vostra organizzazione e il vostro modo di lavorare con il nuovo polo fieristico Rho Però?

«Rho Però, si sa, è un polo importante, è sicuramente una delle più grandi, belle e moderne sedi fieristiche europee. Per chi organizza fiere è davvero un piacere esserci: è veramente fantastica e funzionale, un vero orgoglio per il nostro Paese. Certo, c'è ancora qualche problema da risolvere che riguarda i collegamenti, ma tutto sarà pronto a breve. Il nuovo polo Rho Però ha degli spazi razionali, ampi, ben organizzati, è decisamente meglio rispetto alla vecchia sede, dove molti padiglioni erano ormai inadatti ad alcune manifestazioni. Rho Però ci facilita nell'organizzare le grandi fiere come Host, per esempio, la fiera dell'ospitalità professionale, indiscutibilmente la più internazionale, la più importante e qualificata, prima nel mondo, sia in termini di metri quadrati, sia per la quantità di buyer che vi affluiscono dall'estero». È una fiera che ha dato dei risultati eccezionali, non solo a noi, sia ben chiaro, ma anche a chi vi partecipa. In questo senso soddisfiamo in pieno le esigenze di alcune federazioni molto importanti che collaborano da anni in maniera attiva con Expo Cts».

Signor presidente, alcuni osservatori affermano che, come singola sede fieristica, Milano non abbia niente da invidiare a nessuna sede tedesca. Soltanto che in Germania fanno "sistema" e qui no. è d'accordo con questa affermazione? Che conseguenze ha? Cosa propone per ovviare?

«È un'affermazione che mi trova d'accordissimo. Da tempo - da nove anni sono a capo di Expo Cts spa -, da tempo, ripeto, faccio presente a tutti che ci manca un coordinamento. Facciamo una fatica enorme a far partecipare alle nostre fiere i buyer, e questo nonostante siamo i maggiori organizzatori di fiere in Italia. Per fare affluire un gran numero di buyer, anche internazionali, dobbiamo fare pubblicità all'estero, metterci in contatto con loro attraverso i nostri canali, creare incontri e informazione mirata. Per la Bit, per esempio, che è la più grande fiera sul turismo, la più importante in Italia, non ho mai avuto il piacere di avere all'inaugurazione il presidente del Consiglio dei ministri. Auspico che possa succedere prima o poi, considerando che il turismo, oltre ad attraversare un momento assai delicato, ha anche per l'Italia potenzialità immense. Devo riconoscere che molti buoni risultati li abbiamo ottenuti, con l'appoggio delle nostre associazioni che fanno capo all'Unione commercianti e a Confcommercio. Però bisogna creare, insisto, questo coordinamento con le istituzioni. È fondamentale. Stiamo preparando un programma importante con alcune proposte validissime. Mi auguro di avere al più presto l'occasione per presentarlo al nuovo sindaco di Milano».