



Il nuovo polo di Fiera Roma sarà completato nel 2009 con i suoi 22 padiglioni collegati da una passerella sovrapposta a sei metri da terra e le architetture avveniristiche disegnate da Tommaso Valle («un'astronave di vetro e acciaio atterrata a Ponte Galeria, sulla direttrice tra Roma e Fiumicino», come hanno scritto i quotidiani della capitale il giorno dell'inaugurazione, il 21 aprile scorso, Natale di Roma) e può essere considerato una vera start up. Alla sua prima uscita, ha firmato un accordo di collaborazione con la terza fiera più grande d'Europa, la Frankfurt Messe. Francoforte organizza da anni Automechanika, la più grande fiera al mondo dedicata agli accessori per auto e ai prodotti e servizi per le officine, il cosiddetto «after market». Fiera Roma, a sua volta, organizza Trascom, una fiera dedicata all'autotrasporto e ai veicoli commerciali. Due prodotti fieristici complementari, insomma. E così Automechanika arriverà a Roma con la seconda edizione di Trascom nel gennaio 2008. Nel frattempo la società fieristica romana cercherà tutte le integrazioni possibili tenendo conto di quelle che sono le sue aree forti. Insomma, Marco Sogaro, l'a.d. di Fiera Roma srl (controllata dalla holding

pubblica Fiera di Roma spa -vale a dire da Comune, Provincia, Regione, Camera di commercio - e dalla Lamaro Appalti della famiglia Toti e quindi lontanissima dalla Borsa), vive tutta la sua soddisfazione quando vengono citate le parole del presidente di Francoforte, von Zitzewitz, «the partnership with Fiera Roma is the ideal starting point for the implementation of our european strategy». Ma se questo è il punto di partenza, dove vuole andare Fiera Roma per far fruttare al più presto i 400 milioni di euro investiti nella costruzione di un quartiere di 100 mila metri quadrati netti? *Economylo* ha chiesto allo stesso amministratore delegato.

Come si prepara a lanciare il nuovo polo fieristico di Roma? Quali sono le sue idee, il progetto?

C'è bisogno di un nuovo modo di concepire la Fiera, che non è più solo un momento di incontro tra le imprese (o i vari sistemi d'impresa) e il mercato dei buyer, ma una sorta di grande contenitore intelligente, un hub con

espositori e visitatori come lo chiamano io, in cui lo scambio tra offerta e domanda viene stimolato e sollecitato. Milano è una grande fiera tradizionale, Roma invece deve diventare «fiera hub» ponendosi al centro di un mercato, quello del Mediterraneo, per favorire e supportare lo sviluppo degli scambi di idee come di merci - in Italia e all'estero.

Insomma, Fiera Roma è in espansione di calendario con nuovi prodotti fieristici, lei va in giro per il mondo a individuare «format commerciali» di successo. Ma quali sono i settori sui quali Fiera Roma punta?

Il turismo, innanzi tutto. E poi l'agroalimentare, la nautica, l'edilizia e la casa. Comunque l'immagine del format mi piace perché rappresenta bene la mia idea di fiera come «media» (per i suoi contenuti di creatività e di fantasia commerciale) e come «hub» (per la capacità logistica di organizzare i vari contributi, manifestazioni e saloni, sviluppati sia per il mercato interno che estero). Ma non solo. Il grande richiamo che Roma eserci-



► ta è ribadito anche dai molti congressi che ospita, uno per tutti il World energy council - Wec, la settimana dell'energia, che sarà a Roma a novembre. Un evento sostenuto dal Consiglio mondiale dell'energia, l'importante organizzazione non governativa accreditata presso Onu e che porterà alla piena occupazione di tutti i padiglioni del nuovo polo fieristico.

E come si riempirà questo hub nel 2007?

La prima edizione di Globe, un grande salone dedicato al turismo nato dalla collaborazione con Fiera di Rimini e con Tig, un giornale specializzato, l'unico che parla al target dei tour operator, si svolgerà a marzo.

Un «atto non amichevole» verso Milano come lo ha definito Carlo Bassi, l'a.d. di Expo Cts, che organizza l'ormai consolidata Bit.

Bit è a febbraio, Globe a marzo. Non rubiamo espositori e visitatori a nessuno. D'accordo, ma perfino il giornale degli albergatori romani ha scritto che «queste manifestazioni si svolgono in periodi di tempo troppo ristretti creando problemi di partecipazione agli operatori». Insomma, c'è un bel «overlapping» nel settore turistico.

Il mercato chiede manifestazioni più innovative, quelle che hanno un concept più aderente ai bisogni del mercato. Io penso che il format di Globe abbia molti elementi di novità.

Per esempio?

La presenza interattiva di tutta la filiera dell'offerta turistica, compresa quella immobiliare, per esempio.

E le altre novità del 2007?

Dopo Roma Sposa e Orocapital (nessuna concorrenza a Vicenza), sempre a marzo ci sarà Big Blu, salone della nautica, con una particolare attenzione riservata al piccolo cabotaggio e gommoni, oltre che vetrina privilegiata per la cantieristica laziale e del Centro-Sud Italia. In contemporanea l'Eudi Show, la rassegna europea di riferimento della subacquea. Ad aprile Cibus in collaborazione con Fiera di Parma e Federalimentare. Poi, ancora, MedPrint, fiera organizzata da Centrexpo, mostra delle tecnologie per l'industria grafica, editoriale e cartotecnica.



La fiera degli Sposi di Roma.

I SALONI DA NON PERDERE

Le principali esposizioni fieristiche che si svolgeranno alla Fiera di Roma nei primi mesi del 2007.

OROCAPITAL

Mostra di gioielleria e oreficeria
16-19 febbraio 2007

GLOBE - TRAVEL EXIBITION

Saloni del Turismo
22-24 marzo 2007

CIBUS ROMA

Salone internazionale dell'alimentazione
13-16 aprile 2007

SANIT

Mostra convegno sui servizi sanitari
18-21 aprile 2007

PARK LIFE

Salone dei parchi e del vivere naturale
19-22 aprile 2007

ROMA EXPO FRANCHISING

Salone del franchising
20-22 aprile 2007

MOA CASA

Mostra di arredo e design
5-13 maggio 2007

FUORISERIE

Salone dedicato alle auto e moto d'epoca
11-13 maggio 2007

FORUM PA

Mostra dei servizi ai cittadini e alle imprese
21-25 maggio 2007

TRASCOM

Salone dei trasporti commerciali
7-10 giugno 2007

ca. E Decet, organizzata da Bologna Fiere, sulle idee e i materiali per l'educazione. Un'edizione ancora più importante di Forum I.A., mostra-convegno sui servizi della pubblica amministrazione ai cittadini e alle imprese. E ancora in maggio Luce, Suono e Video, fiera-evento sull'illuminazione, il suono e il video per lo spettacolo e l'arte. A giugno Trascom, il salone dei veicoli commerciali.

Interessante, ma sono manifestazioni dedicate a settori già in qualche modo coinvolti da altre manifestazioni in altri quartieri. C'è qualche prima assoluta?

Sicuramente ci sarà in ottobre il primo Salone dell'Outsourcing, in collaborazione con Fita, la Federazione del terziario avanzato, Federcomin, la Lega Coop, la Compagnia delle Opere, promosso da Unioncamere e dal ministero per lo Sviluppo economico. Il Salone dell'Outsourcing è una autentica novità. Sarà una mostra-convegno sui servizi alle imprese che vedrà schierati tutti i principali attori del settore non solo italiani. Per la prima volta si incontreranno tutti i protagonisti di un processo che impatta sempre più fortemente sulla vita delle aziende: l'outsourcing, oggi, consente alle imprese di concentrarsi sul proprio core-business senza rinunciare alla maggior qualità nella gestione dei servizi non-core, che vengono affidati ai migliori specialisti. Con vantaggi economici e, appunto, qualitativi.

Ma c'entra questo approccio con una

formula di commercializzazione e promozione come quella fieristica?

Il Salone partirà come una mostra-convegno, volta anche alla costruzione di un network di relazioni tra espositori e visitatori. L'esternalizzazione solleva infatti una serie di problemi (gestionali, amministrativi, giuridici, economici) a cui non si danno sempre risposte omogenee. Le faccio un esempio: non esiste un osservatorio di riferimento che rilevi l'andamento dei prezzi dei servizi esternalizzati.

E la Fiera potrà occuparsi anche di problemi del genere?

Sì, grazie ai convegni nel corso dei quali si troveranno soluzioni nuove a problemi nuovi e non ancora risolti. L'outsourcing è comunque comparto economico fondamentale in tutto il mondo occidentale e a maggior ragione in un paese come l'Italia che ha già dimostrato di puntare il proprio sviluppo sulla crescita del terziario avanzato. Il Salone dell'Outsourcing diventerà un punto di riferimento della nuova economia.

Le manifestazioni del calendario 2007 sono tutte rivolte agli operatori economici specializzati o ce ne saranno anche aperte al pubblico delle famiglie e dei consumatori?

Ce ne saranno anche di questa seconda categoria. Alcune di quelle citate prima avranno alcuni giorni aperti a tutti, o eventi e appendici espositivi in centro. Altre saranno interamente destinate al pubblico generale. Le cito FuoriSerie, salone delle auto e moto d'epoca, Moa Casa, mostra di arredo e design e Casaidea, mostra dell'abitare. ■