

Fiera Milano sempre più strumento di comunicazione “multimedia” per le aziende

Entro gennaio 2008 Fiera Milano siglerà con la Fiera di Hannover un'alleanza strategica per operare in Cina, dove potrà contare sulla solida base organizzativa e commerciale stabilita a Shanghai dal partner tedesco, che da anni organizza in loco importanti mostre B2B. Il fatto che Fiera Milano inauguri così il nuovo anno è molto eloquente. Rafforzare l'internazionalità delle mostre di punta, con l'obiettivo di raddoppiare nel giro di un paio di anni i clienti esteri attuali, è infatti per Fiera Milano la priorità del 2008. Accanto a una sfida di più lungo termine: ripensare il “prodotto fiera” in una prospettiva di comunicazione integrata dell'azienda che lo utilizza. Il centro espositivo milanese apre il 2008 fiducioso che gli aggiustamenti di rotta degli ultimi

mesi cominceranno a produrre gli effetti attesi dal nuovo anno.

Nel frattempo, il calendario degli eventi si presenta come al solito molto fitto. Tornerà infatti il comparto sicurezza, con Sicurezza, Sicurtech Expo e Infosecurity (sistemi e tecnologie di sicurezza attiva e passiva e prevenzione informatica); meccanica e automazione saranno rappresentate da tre importanti eventi professionali rilevati da Fiera Milano nel 2007 (Bias, biennale dell'automazione, BI.MAN, dedicata alla manutenzione industriale e Fluidtrans Compomac, che si rivolge alla fluidotecnica); il settore macchine utensili e robot vedrà BIMU e Sfortec; le tecnologie per la lavorazione del legno XYLEXPO e Sasmil. Fiore all'occhiello del 2008 è poi Mostra Convegno Ex-

pocomfort, la biennale leader nei prodotti e impianti per riscaldamento, condizionamento, energia, tecnica sanitaria e arredamento bagno.

Grande strumento di promozione

Grazie alle sue mostre professionali, Fiera Milano si conferma formidabile strumento di promozione delle imprese e trampolino di lancio del made in Italy. La sfida è però difendere questo ruolo prezioso di supporto delle aziende, ri-

spondendo con tempestività ai nuovi bisogni da esse espressi. “La priorità – dice l'ad, Claudio Artusi – è affrontare con efficacia i processi di globalizzazione: il piano industria-



le prevede rilevanti investimenti per l'internazionalizzazione delle nostre attività”.

Ma c'è dell'altro: “Dobbiamo contribuire al meglio alla creazione del valore dei nostri clienti – continua Artusi – offrendo non solo manifestazioni sempre più internazionali e rappresentative, ma anche dinamiche, innovative e in grado di essere partner degli espositori nell'attuazione delle politiche di promozione e internazionalizzazione. Si deve ripensare le fiere in un'ottica di strumento di comunicazione multimedia. Detto fatto. Fiera Milano lo scorso marzo ha acquisito da Vnu sette testate tecniche di meccanica, automazione e strumentazione, che si aggiungono a quelle già pubblicate da Edizioni Fiera Milano negli ambiti del design, prodotti per la casa e oreficeria.



FIERA MILANO

Fiera Milano Spa
Strada Statale del Sempione, 28 – 20017 Rho (Mi)
Tel. 02.49971 – Fax 02.49977379
www.fieramilano.it – fieramilano@fieramilano.it