

**L'**Agenzia Regionale per lo Sviluppo Economico di Parigi Île de France (ARD), con il supporto di Promosalons, ha organizzato lo scorso 24 giugno a Milano una conferenza stampa di presentazione degli eventi fieristici professionali che si svolgeranno nel secondo semestre 2008 nella regione di Parigi Île de France. Vi hanno partecipato i rappresentanti di Eurobio (Robert Heath, responsabile partnership), Equip'Hotel (Valérie Lobry, direttore generale), Ipa e Emballage (Juana Moreno, direttore generale) e Sial (Adéline Vancauwelaert, direttore generale), che hanno illustrato i punti di forza e le novità delle prossime edizioni delle diverse manifestazioni. Tutti appuntamenti di business molto importanti, a livello internazionale, per settori strategici dell'economia mondiale, che sottolineano la centralità e il ruolo strategico di Parigi e dell'Île de France anche come polo avanzato per l'organizzazione di saloni internazionali. Come ci ha confermato con vigore Jean-Luc Margot-Duclos, direttore eventi professionali di ARD, che ha introdotto e chiuso l'incontro milanese.

D. Quali sono i punti di forza di Parigi e Île de France, visti come sede ideale per l'organizzazione di eventi fieristici?

R. Parigi e Île de France rivestono un ruolo centrale nell'economia francese: basti pensare che nel 2006 hanno sviluppato un Pil pari a 501 miliardi di euro, pari al 4,5 del Pil dell'Unione europea, dando lavoro a 5,4 milioni di persone. Abbiamo una delle maggiori reti di trasporto passeggeri al mondo, siamo la seconda piattaforma aeroportuale d'Europa, abbiamo 16 linee e 300 stazioni di metropolitana, 5 linee di RER, oltre 15.000 taxi. L'industria e l'agricoltura sono settori entrambi

# SALONI FRANCESI

## Parigi, sempre più al centro dell'innovazione e del business



**Jean-Luc Margot-Duclos è direttore eventi professionali di ARD, l'Agenzia Regionale per lo Sviluppo Economico di Parigi Île de France, creata nel 2001 su iniziativa del Consiglio Regionale dell'Île de France, della Città di Parigi e delle Camere di commercio per accompagnare i progetti di investimento delle aziende internazionali, assicurando la promozione dell'immagine economica e tecnologica della regione all'estero.**

**Parigi e l'Île de France sono un polo economico di prima grandezza e si confermano ideale ed efficiente sede fieristica.**

**L'Italia è il primo Paese per espositori e visitatori internazionali ai saloni organizzati dalla "Regione Parigina".**

**I saloni dovranno operare in sempre maggior sinergia per continuare a proporre a espositori e visitatori un'offerta di qualità e all'avanguardia.**

molto sviluppati. Senza contare l'offerta turistica davvero unica, un parco immobiliare diversificato. Non stupisce che la "Regione Parigina" abbia un potere di attrazione formidabile per i talenti stranieri: vi opera il 7,5% dei ricercatori europei. Quanto alle manifestazioni, basti pensare che la "Regione Parigina" è la prima al mondo come superficie espositiva (oltre 600.000 mq), vi si svolgono oltre 400 saloni rappresentanti di tutti i settori economici, con oltre 100.000 espositori (45% dei quali esteri) e 9 milioni di visitatori.

D. Quali sono i maggiori plus dei saloni della "Regione Parigina"?

R. Questi saloni si sono affermati quali vetrine imperdibili delle tendenze e delle innovazioni, sempre con un

respiro internazionale. Penso non solo alla parte espositiva, ma anche ai numerosi eventi collaterali, ai prestigiosi premi organizzati dalle varie manifestazioni, che ogni anno arricchiscono l'offerta. In sintesi, direi che tre sono le ragioni del successo dei saloni: Parigi e la sua regione, luogo d'affari e tecnologico eccezionale; i saloni dell'Île de France, luogo d'affari privilegiato, e i servizi di elevato livello offerti a espositori e visitatori.

D. Come si configurano i rapporti con l'Italia?

R. Quello con l'Italia è un legame fortissimo: non a caso, l'Italia è il primo Paese in termini sia di espositori esteri (7.448 nel 2006), sia di visitatori (oltre 73.000 nel 2006) ai nostri saloni. Ciò dimostra che gli operatori italiani riconoscono l'unicità

di Parigi e della sua regione per l'organizzazione di saloni internazionali. E proprio in considerazione dell'importante presenza di aziende e addetti ai lavori italiani nei saloni dell'Île de France, l'ARD, in partnership con gli organizzatori dei saloni e con il supporto del network Promosalons, ha intrapreso in Italia una campagna di informazione su Parigi e la sua regione. Numerose campagne di comunicazione sono già state promosse dall'inizio del 2006, nel quadro di un programma che si protrarrà fino alla fine di quest'anno. Credo che la conferenza stampa milanese sia stata un'occasione veramente preziosa, a concreta dimostrazione della volontà di tutti gli operatori francesi - l'ARD al pari dei singoli saloni - di operare in sinergia per evidenziare tutto quanto la nostra regione può offrire anche agli operatori italiani.

D. Cosa può ancora migliorare nella vostra offerta fieristica?

R. Sono convinto che i saloni debbano sforzarsi al massimo per valorizzare le loro manifestazioni, operando in sinergia proprio com'è successo a Milano: il loro potenziale è elevatissimo e molto apprezzato. Dobbiamo continuare a proporre innovazione e servizi di qualità, offrendo una vera e propria finestra sull'evoluzione dei mercati nel mondo.

**ParisRegion**  
Economic Development Agency

**PROMOSALONS**  
Saloni Internazionali Francesi S.r.l.

Contatto in Italia  
Saloni Internazionali Francesi srl  
Via Caradosso, 10  
20123 Milano  
Tel. 02.4343531  
Fax 02.4699745  
info@salonifrancesi.it  
www.parisregion-tradeshows.com