

Dal cocktail alla mostra così anche il salone può diventare un evento

SONO SEMPRE PIÙ NUMEROSE
LA RASSEGNE SPECIALIZZATE
IN GIRO PER L'ITALIA
CHE OSPITANO
MANIFESTAZIONI
COLLATERALI
CULTURA E ALIMENTAZIONE
I TEMI PIÙ GETTONATI
PER ANDARE A CACCIA
DI NUOVI CLIENTI

Luigi Dell'Olio

Milano

Cocktail nei negozi, feste in piazza e incontri con gli autori nelle librerie. Sempre più spesso le fiere escono dai confini dei padiglioni tradizionali (solitamente ubicati fuori dai grandi centri urbani) per conquistare la città attraverso una serie di eventi collaterali, solitamente rivolti a un pubblico più ampio rispetto a quello che si aggira per gli stand. Iniziative che non richiedono grandi stanziamenti di budget (in linea con la tendenza attuale a ridurre i costi), grazie all'impegno condiviso da un elevato numero di promotori e alla scelta di ubicare gli eventi presso locali che non necessitano di particolari lavori.

A indicare la rotta è stato, già diversi anni fa, il Fuorisalone, evento organizzato ad aprile in contemporanea con il Salone Internazionale del Mobile di Milano, dal quale si distingue in quanto non si tratta di una vera manifestazione fieristica e non fa capo a un'organizzazione centralizzata, ma esprime la creatività di singoli designer o aziende legate al mondo del design e dell'arredamento. Cosa che si traduce in un calendario spontaneo di esibizioni, performance, mostre, incontri e party, che coinvolgono diversi quartieri del capoluogo lombardo, dalla tradizionale zona intorno a via Tortona (che punta in particolare sull'utenza più giovane con eventi a effetto) all'emergente Ventura-Lambrate (dove prevalgono creatività e sperimentazione), dall'Università statale e le scuole di design (con gli eventi organizzati dagli studenti, come manifestazioni musicali e performance di design) fino alle mostre nelle piazze del centro storico e alle installazioni nella zona di Porta Romana e in quella di Porta Garibaldi (con attività di marketing territoriale e gallerie di nomi noti della moda e del design). Nato come costola del Salone del Mobile, con il trascorrere del tempo il Fuorisalone ha assunto una propria autonomia, tanto che alcune aziende concentrano la propria presenza solo su questo appuntamento, che si differenzia dal primo per il target di utenza più generalista e meno professionale. Il successo è tale che anche in vista di Expo 2015 si pensa a una serie di convegni, mostre, concerti e degustazioni che — in linea con il tema dell'alimentazione scelto per l'esposizione principale — coinvolgono l'intera città di Milano e i visitatori dello stesso Expo.

In questa direzione si sta muovendo anche il Salone Nautico Genova, che da due anni organizza Genova in Blu, ampio programma di eventi fuori dal salone principale che coinvolge tutto il capoluogo ligure — da Nervi a Sampierdarena, passando per il centro storico — con eventi culturali, musica per le strade, nego-

zi aperti e mostre nei palazzi storici. A completare il quadro, serate gastronomiche e concerti a cielo aperto per offrire occasioni di intrattenimento non solo ai visitatori della manifestazione, ma anche ai genovesi. Cambia il tema, ma non l'approccio a Torino, dove il Salone del Libro ha da tempo varcato i cancelli del Lingotto per conquistare la città, con circa 150 appuntamenti nelle circoscrizioni coinvolte, tra caccia al tesoro, iniziative culturali, incontri con gli autori e spettacoli teatrali rivolti in primo luogo ai residenti dei quartieri.

Che la cultura non possa più

essere limitata al pubblico necessariamente limitato di addetti ai lavori e appassionati trova conferma anche nell'esperienza di Arte Fiera a Bologna e Artissima a Torino, che nelle ultime edizioni hanno proposto una serie di eventi collaterali, happening e proiezioni per far avvicinare il maggior numero possibile di persone alle espressioni artistiche. Un approccio condiviso anche da Più libri più liberi, fiera romana della piccola e media editoria, che nell'ultimo appuntamento ha puntato a sfidare la crisi e a tanaglia il settore aprendosi alla città, attraverso 140 iniziative



Un'immagine del Salone nautico di Genova

gratuite in 50 luoghi di Roma.

Diverso l'approccio seguito da Klimahouse, fiera per l'efficienza energetica e la sostenibilità in edilizia che si svolge nel mese di gennaio a Bolzano. In questo caso il Fuori Fiera prevede una serie di iniziative per i visitatori mirate a far conoscere meglio materiali e soluzioni vincenti sul fronte della sostenibilità abitativa attraverso

visite guidate alle realizzazioni del territorio. Mentre a famiglie e privati è dedicato il Klimahouse City Parcours, con visite ad alcuni condomini Ipes (Istituto per l'edilizia sociale) energeticamente riqualificati secondo gli standard CasaClima. Gli inquilini illustreranno personalmente ai visitatori gli interventi di risanamento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'expo
è di qualità
ma solo
con il bollino
certificato

ACCREDITA CERTIFICA
VOLONTARIAMENTE
DA QUEST'ANNO
I DATI STATISTICI
RELATIVI ALLE
MANIFESTAZIONI
FIERISTICHE

Roma

Valorizzare all'estero l'offerta fieristica nazionale attraverso incentivi alla certificazione di qualità. Questo lo scopo dichiarato del progetto varato dal Ministero dello Sviluppo Economico che, nel quadro della programmazione straordinaria Made in Italy, ha destinato 500.000 euro per la certificazione dei dati statici delle fiere quale strumento di marketing fieristico e di attestazione qualitativa delle manifestazioni internazionali. Le risorse saranno gestite attraverso le Associazioni rappresentative del sistema fieristico nazionale (Aefi, Cfi e Cft) e saranno destinate all'abbattimento dei costi sostenuti dagli organizzatori fieristici per i servizi di certificazione resi da enti abilitati ad operare nella materia da Accredita, l'ente italiano di accreditamento. Verranno certificati i dati statistici relativi alle manifestazioni fieristiche, come il numero dei visitatori, quello degli espositori, l'estensione delle superfici espositive e il numero di convegni organizzati durante l'evento fieristico.

I soggetti aderenti al progetto potranno ottenere il rimborso del 50% delle spese sostenute per la certificazione (al netto dell'Iva) entro l'importo massimo di 2.000 euro. Nell'arco di durata del progetto potrà essere riconosciuto l'incentivo "una tantum" a manifestazione fieristica. Per accedere al contributo finanziario, gli Organizzatori fieristici dovranno manifestare il loro interesse inoltrando alla segreteria organizzativa del progetto formale adesione, entro il termine improrogabile del 31 gennaio 2013, corredata dai dati identificativi della manifestazione e copia del contratto stipulato con il soggetto certificatore accreditato. Il progetto prevede anche un piano di comunicazione — in Italia e all'estero in collaborazione con l'Agenzia Ice e d'intesa con Unioncamere, attraverso la propria rete delle 105 Camere di Commercio italiane e la rete delle Camere italiane all'estero — finalizzato ad accrescere l'attrattività delle manifestazioni italiane a livello internazionale e a valorizzare la competitività dell'offerta fieristica italiana.

Diversi i vantaggi per le manifestazioni fieristiche che verranno certificate: da procedure amministrative regionali più snelle per l'attribuzione della qualifica internazionale, al riconoscimento di priorità nel quadro delle attività promozionali a favore dell'internazionalizzazione del Sistema fieristico gestite dal Ministero dello Sviluppo Economico e dalle Regioni.

(ro.ser.)

Tutte le soluzioni per Progettare Costruire Riqualificare



MADE expo

Milano Architettura Design Edilizia

02_05 | 10 | 2013

Fiera Milano Rho

BIENNALITÀ _ SPECIALIZZAZIONE _ INTERNAZIONALITÀ

I saloni di MADE expo: Costruzioni e Cantiere | Involucro e Serramenti | Interni e Finiture | Software e Hardware | Energia e Impianti | Città e Paesaggio

Promossa da



Partner



www.madeexpo.it
www.federlegnoarredo.it
+39 051 66 46 624
info@madeexpo.it