

MAURIZIO DANESE (VERONAFIERE), DAL BALCONE DI ROMEO E GIULIETTA AL BALCONE INDUSTRIALE DEL MADE IN ITALY

MAURIZIO DANESE: VERONAFIERE, DAL BALCONE DI ROMEO E GIULIETTA AL BALCONE INDUSTRIALE DEL MADE IN ITALY

a cura di
ROMINA CIUFFA

La prima volta fu nel 1898, anno in cui nel centro di Verona furono portati i cavalli. Da quel momento, la Fiera di Verona è cresciuta a tal punto da rendersi tra le più fruttifere per l'Italia, e non solo. Dal 2016 Veronafiere è una società per azioni, impegnata su ogni fronte e settore, ma non dimentica il sogno: portare Fieracavalli all'Arena

Maurizio Danese,
presidente di Veronafiere



VIA COL VENETO (di ROMINA CIUFFA). Da Vinitaly a Fieracavalli, gli eventi fieristici più «in» del nostro Paese avvengono nella città dell'amore, quella che prima di tutto è collegata, nella letteratura ed ormai nell'immaginario collettivo, alla storia «eccellentissima e lamentevolissima» di Romeo e Giulietta. Di certo la scaligera – dodicesima provincia italiana per numero di imprese – è, sotto il profilo culturale (ed, indirettamente, del business), una delle più fruttifere

di Italia, luogo di incontro naturale tra turismo ed affari, in vicende che seguono la forza e la testardaggine dei due innamorati shakespeariani, ma che finiscono, invece, bene. E non muore nessuno. Nata nel 1898, la **Fiera di Verona** inaugura con una edizione sperimentale dedicata ai cavalli alla presenza di Vittorio Emanuele III nell'attuale Piazza della Cittadella (a due passi da piazza Bra e dall'Arena), sintetizzando le vocazioni della campagna veronese e le tradizioni che fanno risalire all'807 d.C. la prima fiera tenutasi sul sagrato della Basilica di San Zeno, anche ampliandosi con altri capi di bestiame e, in generale, nel settore agricolo. Alla Fiera Cavalli si affiancò sin dal 1899 una mostra di automobili, a dar lustro al primo inventore del motore a scoppio, il veronese Bernardi.

Nel 1930 avvenne la trasformazione in ente autonomo, che dalla location centrale dovette spostarsi nel 1948, essendo presto divenuta insufficiente l'area di originale competenza, ed occupare la zona industriale a sud della città, attuale complesso di **Veronafiere**, così potendo ospitare gli eventi principali italiani, oltre alla storica Fieracavalli (di cui quest'anno si è tenuta la 119esima edizione): da **ArtVerona** ad **Elettroexpo** (fiera dell'elettronica e del radioamatore), **Fieragricola**, **Job&Orienta**, **Marmomac** (per l'industria del settore litico), **Model Expo Italy** (modellismo statico e dinamico), **Motor Bike Expo** (moto), **Samoter** (macchine per il movimento terra e da cantiere), **Progetto Fuoco** (dedicata al riscaldamento da biomasse legnose), **Innovabiomed** (industria biomedicale), **Cosmobike Show** (fiera sul mondo delle biciclette), fino alla più nota, **Vinitaly**.

Ed ora una nuova iniziativa «a doppia targa»: collaborazione storica quella tra parmigiani e scaligeri che oggi sfocia in **Wi·Bev** riunendo le tecnologie per il «wine & beverage», settore che per macchinari, attrezzature e tecnologie per la viticoltura e l'enologia conta 3,6 miliardi di euro e il cui 70 per cento è derivato dall'export. Il **Wine&Beverage**

Technologies Event, co-organizzato da **Fiere di Parma** (sotto la guida di **Gian Domenico Auricchio**), è già in programma dal 4 al 5 dicembre 2018 nell'ambito di «wine2wine», subito dopo la vendemmia, quando le aziende vitivinicole non sono più impegnate nelle operazioni di campagna. Wi·Bev unirà il momento espositivo al confronto diretto tra aziende del settore, fornitori di macchine e impianti nonché tecnici della filiera, oltre a *«capitalizzare gli aspetti 'smart' dell'esperienza innovativa di Cibus Connect»* ha sottolineato **Antonio Cellie**, amministratore delegato di Fiere di Parma *«associandola ad un palinsesto di approfondimenti specifici e mirati al comparto tecnico e produttivo della filiera vitivinicola e non solo»*.



Travalicati i confini della città e della nazione, promuovendo eventi fieristici nei Paesi extraeuropei maggiormente interessati alla produzione italiana – tra tanti, la Cina e il continente asiatico, in cui Veronafiere gioca un ruolo da protagonista per l'Italia sulla Via della Seta – Veronafiere è oggi il primo organizzatore diretto di manifestazioni in Italia, secondo per fatturato e ai vertici in Europa, con oltre cento anni di esperienza nel settore ed una posizione geografica strategica, al centro delle maggiori direttrici

intermodali europee. Un hub naturale per la promozione internazionale del sistema industriale e dell'eccellenza made in Italy, che fornisce strutture e servizi aggregativi a visitatori ed espositori. Il fatturato è generato per l'87 per cento da fiere di proprietà ed organizzate direttamente, delle quali detiene il know-how completo, dalla pianificazione strategica alla realizzazione tecnica-operativa. La gestione del marketing, della comunicazione, del quartiere e dei servizi, una rete di delegati presenti in tutto il mondo, relazioni forti con le istituzioni nazionali ed i mondi associativi sono gli asset sui quali si fonda Veronafiere.

A proposito di internazionalizzazione, si è appena tenuto a Johannesburg, in Sudafrica, il tradizionale **Ufi Congress** di fine anno, che ha visto diversi seminari dedicati ai temi più caldi per l'industria fieristica. L'Italia, con un folto gruppo di delegati, ha visto una importante serie di nomine all'interno dell'organizzazione mondiale delle fiere, a partire da Corrado Peraboni (già amministratore delegato di Fiera Milano ed ora chairman di **Cipa Fiera Milano Publicações e Eventos**) per la presidenza dell'Associazione mondiale delle fiere (Ufi), il quale ha dato risalto alla strategia «PIN» (Promote, Inform e Networking), come base su cui l'ecosistema delle fiere deve sempre di più fondare la propria crescita e sviluppo industriale. La nuova nomina alla presidenza riafferma il valore del comparto fieristico italiano nel contesto internazionale, insieme alla rinnovata composizione del Board of Directors, cui per i prossimi tre anni è stato confermato **Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere**, nella carica di primo vicepresidente dello European Chapter; oltre a lui nominati anche Matteo Marzotto, vicepresidente esecutivo di Italian Exhibition Group, e Giorgio Contini, direttore internazionale di BolognaFiere.



Marco Di Paola, Giovanni Mantovani e Maurizio Danese

Parla il **presidente di Veronafiere Maurizio Danese**, operativo per il triennio 2015-2018, socio di un gruppo di aziende che opera nel settore della fornitura di prodotti alimentari al canale Horeca, consigliere della Camera di commercio di Verona e vicepresidente vicario di Confcommercio Verona.

Domanda. Quali le strategie per il futuro di Veronafiere con il Comune?

Risposta. L'amministrazione comunale veronese è il socio di maggioranza relativa di Veronafiere spa. Abbiamo illustrato il piano industriale di sviluppo al 2020 che prevede investimenti pari a 94 milioni di euro, così come stiamo ragionando insieme sul ridisegno del quartiere sud della città sul quale insiste la Fiera di Verona.

D. Dopo una battuta d'arresto del 2015, Veronafiere è ripartita. Come? Quali i numeri oggi?

R. Nel 2015 non c'è stata nessuna battuta d'arresto. Semplicemente Veronafiere, nell'interesse del Paese, ha

risposto ad una domanda specifica da parte del Ministero delle Politiche agricole e di Expo per occuparsi della realizzazione del Padiglione del Vino all'Esposizione universale di Milano. Abbiamo quindi dovuto mettere mano ad un investimento molto più ingente di quanto preventivato ma, se non l'avesse fatto la Fiera di Verona con Vinitaly, con tutte le difficoltà che Expo ha dovuto incontrare, non sarebbe stato possibile offrire un'esperienza unica come quella che ha rappresentato il padiglione «Vino -A Taste of Italy», visitato da oltre 2,1 milioni di persone, di cui il 20 per cento straniera. In quell'anno, in cui sono stato nominato presidente proprio a fine Expo, il consiglio di amministrazione di Veronafiere ha deciso di inserire quanto investito nel bilancio 2015 che, senza questi extra costi, avrebbe chiuso con un Ebitda di 8,1 milioni di euro.

D. Come è avvenuto il processo di trasformazione in spa?

R. La trasformazione in società per azioni ha seguito l'iter previsto dalla normativa regionale, iniziato con la nostra richiesta il 4 luglio 2016. In poco più di sei mesi abbiamo quindi compiuto tutti passaggi tecnici, burocratici e legislativi, con il via libera dalla Regione del Veneto arrivato ad ottobre, fino al 29 novembre 2016 con la trasformazione in spa, entrata poi in vigore ufficialmente dal 1° febbraio 2017.

D. Può indicare alcuni aspetti del Piano industriale di sviluppo al 2020 relativi a Veronafiere?

R. Con questo piano industriale gli obiettivi che si intendono conseguire sono fondamentalmente due. Rafforzare il ruolo di leadership mondiale in particolare nelle filiere «wine&food» e marmo-costruzioni e continuare a essere un motore di produzione di ricchezza per la città e per il territorio. In questo contesto prevediamo al 2020 un volume d'affari obiettivo di 113 milioni di euro con un Ebitda di 21,9 milioni di euro, pari al 19 per cento dei ricavi.

D. Giovanni Mantovani è ora nel Board of Directors dell'Ufi,

la Global Association of the Exhibition Industry. In che modo Veronafiere avrà voce in quella sede, anche in rappresentanza italiana, e non solo scaligera?

R. Non è la prima volta che Veronafiere ha un proprio rappresentante nel board dell'Ufi, di cui siamo membri dal 1932. In questa sede porteremo tutta la nostra esperienza di organizzatori di manifestazioni dal 1898, ma ragionando sempre in ottica di promozione del sistema fieristico italiano nel suo complesso.

D. Fieracavalli 2017 ha avuto un grande successo. Sogna di portare i cavalli in Arena: c'è speranza, anche in occasione del 120esimo compleanno di Fieracavalli nel 2018?

R. Fieracavalli ha chiuso l'edizione 2017 superando ancora le 160 mila presenze, di cui il 16 per cento dall'estero, da 63 nazioni. L'idea di riportare un evento equestre di altissimo livello in Arena, nel cuore di Verona, fa proprio parte di alcune iniziative che stiamo valutando in occasione dei 120 anni della manifestazione. Sarebbe di sicuro un evento indimenticabile per la città e per tutti gli appassionati di questo mondo.



D. Non solo Vinitaly: molti gli accordi, molte le esposizioni e i contenuti. Quali, per lei, i principali, e quali i nuovi obiettivi?

R. Veronafiere organizza in media più di 60 manifestazioni all'anno. Oltre a Vinitaly e Fieracavalli, penso a Marmomac, il primo salone al mondo per la filiera della pietra naturale e delle tecnologie, e poi Fieragricola, dedicata al settore primario, senza tralasciare il mondo delle macchine da costruzioni, con Samoter. Questi sono soltanto alcuni dei nostri marchi più conosciuti e di successo. Il nostro obiettivo resta sempre quello di consolidare il portafoglio di rassegne leader, sviluppare le potenzialità esistenti, anche attraverso collaborazioni e partnership, e aumentare significativamente la quota di mercato e la redditività, posizionando così saldamente la Fiera di Verona tra le più importanti realtà internazionali del settore.

D. Veronafiere all'estero, come è rappresentata? Come è vista? Oltre a Italian Wine Channel, cosa c'è?

R. L'estero è sempre più chiave di crescita fondamentale per

il nostro business. Ogni anno sono in media una ventina gli appuntamenti che realizziamo in oltre 10 nazioni nei settori del «wine&food» e del «building&construction». Con gli eventi fieristici, le missioni commerciali e le attività formative delle nostre «academy» abbiamo creato una community globale del vino e del marmo, in particolare negli Stati Uniti, in Brasile e in Cina, ma stiamo concentrando negli ultimi anni gli sforzi anche in Africa e in Medio Oriente, mercati dal grande potenziale. La nostra forza è quella di essere prima di tutto ambasciatori, insieme alle aziende, di molte eccellenze del made in Italy.

D. Veronafiere in Brasile con Veronafiere do Brasil: perché il Brasile?

R. Il Brasile è l'economia più importante del Sudamerica e, nonostante la recente crisi, è ancora una delle aree a più alto tasso di crescita dell'area. Per la nostra attività è un punto strategico nel comparto lapideo, ma stiamo valutando anche nuove iniziative nel settore vitivinicolo, vista la posizione privilegiata di accesso ai vicini mercati dell'area Nafta.

D. L'innovazione digitale ha cambiato la fieristica?

R. L'innovazione digitale ha cambiato tutto il nostro mondo, non soltanto quello fieristico. Da Veronafiere una attenzione particolare a riguardo è rivolta ai processi e alla gestione dei rapporti con i clienti e il mercato. Abbiamo un progetto specifico inserito nel piano industriale di sviluppo, con investimenti importanti sia in termini di formazione che di servizi.



D. Quali, secondo lei, le modalità per rilanciare l'Italia nell'economia positiva attraverso la fieristica?

R. Le fiere sono da sempre uno strumento fondamentale per la promozione internazionale e lo sviluppo dell'export. In Italia, per il 75 per cento delle piccole e medie imprese, sono anche l'unico momento di visibilità estera. Un ruolo di leva economica che è riconosciuto dal Ministero per lo Sviluppo economico e dall'Ice-Agenzia che dal 2015 hanno inserito alcune manifestazione fieristiche, tra cui Vinitaly e Marmomac, tra quelle strategiche per il Paese. In questo caso la via è una sola: fare squadra tra sistema-fiere nazionale, imprese e Governo per presentarsi uniti sui mercati stranieri, coordinando le risorse in azioni mirate di incoming e outgoing.

D. Turismo fieristico e congressuale: quali le peculiarità?

R. Le fiere rientrano a pieno diritto anche nel settore Mice (Meeting Incentive Congress & Events), come gestori di mete privilegiate per il turismo d'affari e i congressi. Veronafiere all'attività «core» che porta alle manifestazioni ogni anno 1,2 milioni di visitatori, affianca quella di un centro congressuale che organizza 330 eventi all'anno con 85 mila partecipanti di media. La Fiera di Verona vanta poi una location unica, a poca distanza dal centro storico di una città patrimonio dell'Unesco e nella top ten delle mete turistiche italiane.

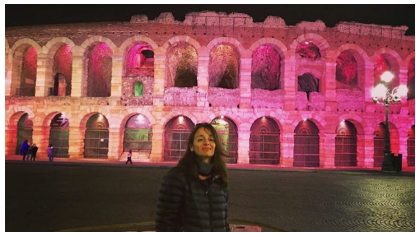
D. Perché scegliere Veronafiere? Come si distingue dalle altre fiere italiane?

R. Oltre ad avere quasi 120 anni di esperienza nel settore, il nostro più grande plus è quello di essere organizzatori diretti della quasi totalità delle nostre manifestazioni di successo. Significa che Veronafiere non si limita a vendere gli spazi espositivi del proprio quartiere, ma l'87 per cento del proprio fatturato è generato da fiere che sono di nostra proprietà e di cui curiamo direttamente crescita, sviluppo e rapporti con i mercati e gli stakeholder. [\(ROMINA CIUFFA\)](#)



GALLERY (photocredit ROMINA CIUFFA)







Marco Di Paola,
Giovanni
Mantovani e
Maurizio Danese













**ROMINA CIUFFA www.rominaciuffa.com
ha fondato e dirige**

SPECCHIO ECONOMICO

www.specchioeconomico.com

direzione@specchioeconomico.com

MUSIC IN

www.musicin.eu

direzione@musicin.eu

RIOMA BRASIL

www.riomabrasil.com

diretor@riomabrasil.com

CORRIERE DEL VOLO

www.corrieredelvolo.com

direzione@corrieredelvolo.com