

Sul web le Fiere "vivono" tutto l'anno

L'iniziativa è partita già nel 1995 con Vinitaly e Marmomacc, due manifestazioni di Verona. Adesso i siti sono venti: nel 2008 hanno ricevuto più di 1,3 milioni di contatti (11 milioni le pagine visitate). Così gli espositori possono valorizzare ulteriormente i loro prodotti

ROSASERRANO

Roma
Capire le potenzialità di crescita di Internet sia nel rapporto con gli espositori che con i visitatori. Questa la filosofia di fondo che ha condotto Veronafiere a comprendere l'importanza della comunicazione nella rete sviluppando, con Global Fair, già dal 1995 un progetto tecnologico europeo business to business, partito con l'iniziativa delle fiere online. Il progetto ha portato all'avvio di un prototipo di fiera virtuale per le edizioni di Vinitaly e Marmomacc, cioè uno spazio virtuale in cui espositori e visitatori possono proseguire la visita ad una rassegna anche dopo la sua conclusione. In pratica, le manifestazioni fieristiche continuano sul web e gli espositori, attraverso i link con il proprio indirizzo web, valorizzano ulteriormente il loro sito aziendale raggiungibile dalle pagine predisposte per le fiere online. Complessivamente nel 2008 ci sono stati per i 20 siti

complessivi più di 1,3 milioni di contatti e oltre 11 milioni di pagine visitate. Tra i più frequentati Vinitaly (4 milioni di pagine), Fieracavalli (più di 2 milioni), Samoter e Marmomacc (insieme oltre 2 milioni). Alcuni siti (ad esempio Vinitaly) sono stati utilizzati sia per i *matching* b2b (*buyer* che organizzano l'incontro con le aziende) che per accedere ad un'area business riservata agli espositori attraverso cui interagire direttamente e più efficacemente con la struttura di supporto tramite una serie di servizi online: controllo dell'anagrafica, del proprio estratto conto, gestione delle cartoline invito clienti, verifica dello stato della propria registrazione e di alcuni servizi ordinati.

Per Fieragricola 2008, Veronafiere ha creato il portale AgricolturaOnWeb che offre un servizio di news per gli espositori della manifestazione, per le aziende e i protagonisti del settore agricolo. Accanto alle numerose news di innovazione agricola e alle notizie del segmento agroindustriale, il portale dedica ampio spazio alle attività istituzionali ospitando notizie di enti pubblici e privati. La visibilità di AgricolturaOnWeb ha una portata internazionale di im-

patto immediato, grazie alla versatilità dello strumento web, redatto in italiano e in altre 14 lingue. Per Maurizio Caimi, esperto di web-marketing, il sito Internet è il naturale prolungamento dell'azienda verso il mercato e il cliente-navigatore deve ricevere le stesse attenzioni di un cliente che si presenta di persona in azienda. Il sito non è un semplice depliant ma un canale multimediale per dialogare con il mercato.

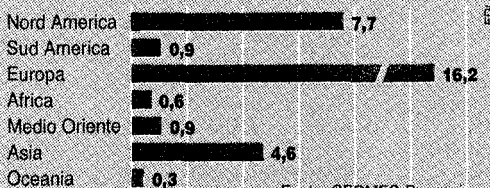
Expopage è la società del gruppo Fiera Milano che si occupa di sviluppare l'e-business per le aziende controllate o partecipate di Fiera Milano e per gli organizzatori fieristici. Expopage.net è diventato il portale fieristico B2B più utilizzato in Italia, con 15 milioni di pagine visitate nel 2008, con 380.000 utenti registrati al portale dalla sua nascita, 102 manifestazioni fieristiche online e oltre 51.000 aziende espositrici presenti nei cataloghi. Navigando sui siti delle varie manifestazioni si può consultare il catalogo online delle fiere di Milano, ricercare aziende espositrici o prodotti, visitare gli stand virtuali degli espositori e organizzare online la propria manifestazione. Da agosto 2007 Expopage ha vara-

to "Opportunity Network" un ambiente di *social networking*: una vera e propria "piazza virtuale" dove espositori, *buyer* di settore o semplici visitatori possono incontrarsi per scambiarsi informazioni. Fiera Milano Expopage si è classificata al secondo posto del concorso Ict Award 2008 "Migliori applicazioni web per i visitatori" promosso dall'Ufi (l'associazione internazionale che raccoglie i principali enti fieristici) che aveva come obiettivo quello di premiare le migliori soluzioni *web based* in grado di offrire vantaggi concreti ai visitatori prima, durante e dopo un evento fieristico.

Rimini Fiera offre agli espositori Web Business Space, un portale interattivo tramite il quale si può comodamente usufruire di una serie di opportunità che facilitano la partecipazione alle fiere. Il servizio permette di calcolare il proprio preventivo per l'area espositiva; visionare le possibili formule di allestimento degli stand (con foto e descrizione) ed i servizi vari relativi alle fiere direttamente organizzate da Rimini Fiera; verificare l'archivio storico relativo alla propria partecipazione alle diverse manifestazioni; aggiornare direttamente la propria anagrafica commerciale; verificare l'avanzamento puntuale della propria trattativa in essere.

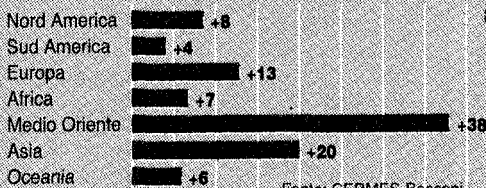
LA CAPACITÀ ESPOSITIVA

In milioni di mq.



PREVISIONI DI CRESCITA DELLA CAPACITÀ ESPOSITIVA

In % entro il 2010



Proprio da Verona è partita nel 1995 l'iniziativa di far "vivere" le Fiere su Internet. Nelle foto, due immagini di manifestazioni veronesi, il Samoter e FieraCavalli

PER L'ANNO IN CORSO

Previste almeno duecento mostre

Le fiere saranno investite in pieno dalla crisi o sapranno resistere inventando nuove formule capaci di fidelizzare gli espositori e di attrarre nuovi visitatori nei mercati emergenti? La domanda divide analisti e operatori del settore. I primi dati sembrano dare conforto all'ipotesi meno pessimista: secondo quanto emerso nel convegno "Il sistema fieristico italiano come piattaforma per l'internazionalizzazione del Made in Italy" promosso dall'Associazione delle fiere italiane, quest'anno le mostre internazionali saranno almeno 200, contro le 197 del 2008 e le 190 del 2007. Dal canto suo Carlo Guglielmi, presidente di Cosmit, la società di Federlegno-Arredo che organizza il Salone del Mobile di Milano sostiene che «siamo di fronte alla prima crisi economica globale sotto i riflettori dei media, con la conseguenza che angoscia e incertezze vengono amplificate, impedendo di affrontare le difficoltà con ragionevolezza e sfruttare le opportunità che si stanno aprendo».

www.ecostampa.it

