

Eccellenze in vetrina. Dal 22 al 25 novembre a Rho-Pero torna la «fiera evento» del made in Italy

A Milano rinasce la Campionaria

Peraboni (Expocts): «Ci sarà il Paese che funziona e vince nel mondo»

di **Andrea Carli**

Ha accompagnato lo sviluppo del capitalismo italiano. Dagli anni bui del dopoguerra, quando il Paese aveva un grande voglia di rialzare la testa e di rimettersi in carreggiata, alla difficile transizione verso un sistema industriale. Infine, i favolosi anni Sessanta, il boom e il miracolo economico. Sempre al fianco delle aziende, quasi si trattasse di una missione.

Dopo più di sedici anni dalla Grande Fiera d'Aprile, ultimo atto di una rappresentazione che ha visto alternarsi sul palco oltre mezzo secolo di progetti imprenditoriali, la Campionaria riaprirà i battenti. L'appuntamento è dal 22 al 25 novembre, quattro giorni in cui il nuovo polo fieristico di Rho-Pero ospiterà la «Campionaria delle qualità italiane», la vetrina del nuovo made in Italy e della "soft economy", un luogo che si propone di raccontare lo stile italiano: dalle produzioni manifatturiere e artigianali a

quelle industriali all'avanguardia, dalla ricerca al marketing territoriale alle frontiere del de-

sign. Circa 500 aziende — in maggioranza piccole e medie imprese, suddivise in base al territorio di provenienza — faranno emergere tutto quello che si cela dietro a un prodotto: tradizione, creatività, rispetto dell'ambiente. Da semplice spazio di vendita la Campionaria cambia volto, si fa momento di narrazione, collocandosi per la prima volta a monte (e non a valle) del processo di produzione. «Oggi — spiega Fabio Renzi, 48 anni, segretario generale di **Symbola**, la Fondazione delle qualità italiane che sostiene l'iniziativa — tutti hanno a disposizione un proprio spazio di vendita. Il rapporto con il consumatore è praticamente continuo. Il pubblico chiede di venire in contatto con quelle aziende che hanno messo in primo piano la qualità. Vuole studiare da vicino il loro modello di innovazione». Oltre alle imprese, l'iniziativa vedrà la partecipazio-

zione di associazioni ed enti locali. Tutti insieme per disegnare un volto nuovo del made in Italy.

Se la vecchia Campionaria ha saputo farsi interprete delle trasformazioni e economiche e so-

ciali che hanno caratterizzato la storia dell'Italia negli ultimi anni, la nuova versione, quella del terzo millennio, si pone obiettivi altrettanto ambiziosi: «L'intento è quello di rappresentare soprattutto quei settori e quei prodotti che universalmente sono ritenuti veri leader nel proprio comparto. Quelli che, in pratica, ce l'hanno fatta (in queste pagine vengono raccontate solo alcune storie). Senza trascurare anche quanti possiedono tutte le potenzialità per emergere» afferma Corrado Peraboni, 43 anni, amministratore delegato di Expocts e direttore generale di Fondazione Fiera di Milano, entrambe società che sono in prima linea nella promozione di un'iniziativa che ha visto anche il contributo delle istituzioni locali (comune e Provincia di

Milano, Regione Lombardia). A chi poi fa presente che forse la rivisitazione della formula classica della vecchia Campionaria, per quanto vincente, rischia di non essere in linea con le sfide che caratterizzano attualmente il mercato, Peraboni replica: «Non credo proprio. La ripropo-

sizione di quel modello innovativo, anche dal punto di vista dei valori che esprimeva, ci sembra molto attuale». Nonostante sia stata un caso a sé nel panorama

fieristico nazionale e internazionale, la Campionaria è replicabile: «Se rimane invariata la formula — conclude Peraboni — i contenuti saranno adeguati all'evoluzione dei tempi e al mutare delle aspettative dei visitatori e degli espositori».

Secondo Alessandro Baroncelli, 48 anni, docente di Economia e gestione delle imprese internazionali dell'università Cattolica, il ruolo delle Fiere è cambiato nel corso degli anni. In passato, racconta il docente, erano per le aziende un'occasione per presentare i propri prodotti. Avevano carattere generaliste. Poi, con il passare del tempo, si è affermata la logica delle esposizioni di settore. Infine, quella che per Baroncelli è l'ultima fase: «Con lo sviluppo dell'economia digitale le fiere diventano l'occasione per promuovere l'immagine dell'azienda». La qualità ha anche il volto del marketing.



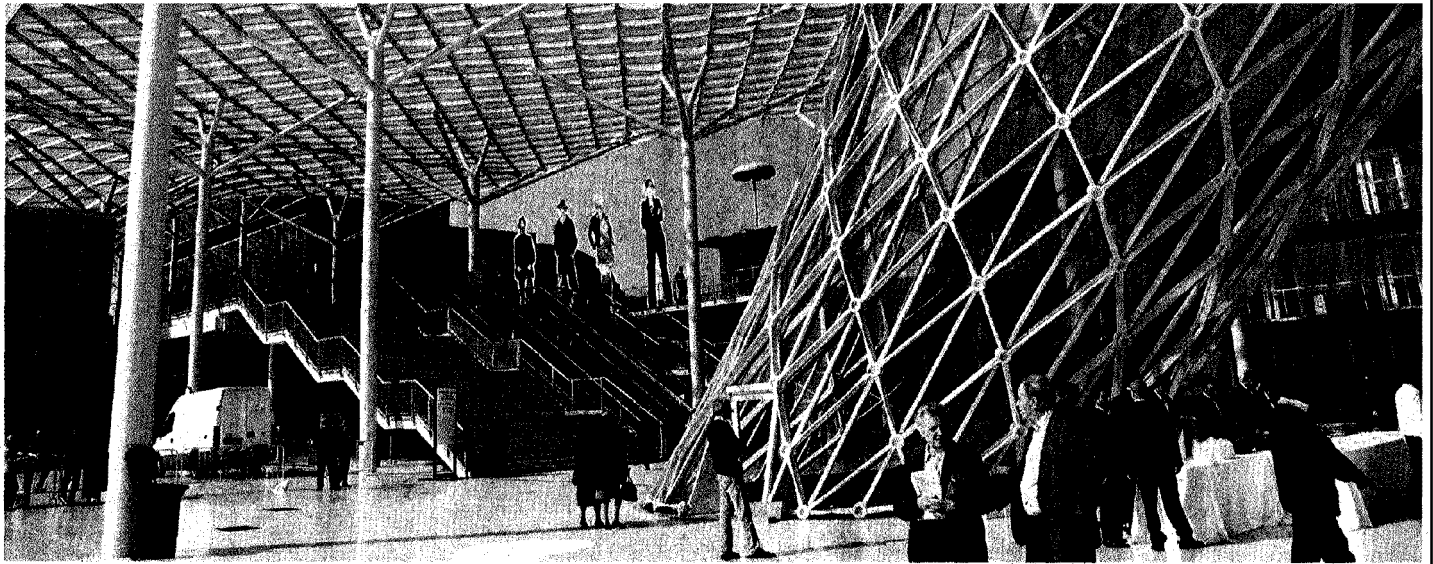
www.lacampionaria.it

L'APPUNTAMENTO

LA Campionaria
FIERA DELLE QUALITÀ ITALIANE

Tre gli espositori (22-25 novembre, Fiera di Milano) non ci saranno solo imprese e prodotti, ma anche associazioni, enti e amministrazioni che in questi anni hanno dimostrato che la qualità è un progetto realizzabile, perseguibile e conveniente.





Centinaia di espositori. La nuova Fiera Campionaria si terrà a novembre nei padiglioni di Rho-Pero