

«Fiera, Portello troppo costoso. Taglio alle esposizioni»

L'amministratore delegato Claudio Artusi: ridurremo gli spazi a un terzo dell'attuale polo cittadino. Aree polifunzionali di questo genere sono un'opportunità straordinaria per gli abitanti e il territorio

La Fiera cambia strada. A due anni dall'inaugurazione del polo esterno, il cda di Fiera Milano spa ha approvato un piano industriale ambizioso che sterza con decisione rispetto alle strategie sin qui seguite. E ridimensiona profondamente la presenza delle esposizioni in città. Il piano prevede anche una crescita dei ricavi del 10% entro il 2011, investimenti per 120 milioni nel biennio, un miglioramento del margine operativo dal 2008. Argomenti affrontati con l'amministratore delegato di Fiera Milano Claudio Artusi.

Ingegnere Artusi, si dice: la Fiera organizzata sul polo esterno e su quello «city» è troppo costosa. Il modello fin qui seguito era sbagliato?

«Noi, da un lato, dobbiamo disporre di spazi sufficienti a intercettare le grandi mostre itineranti. Un esempio per tutte, l'Itma, l'esposizione delle macchine tessili. Per fiere del genere, persino il polo esterno è insufficiente. Dunque, attrezzeremo 40mila metri espositivi oggi all'aperto con una struttura capace di fornire all'occorrenza ulteriori spazi coperti».

E sul polo «city», il Portello?

«In realtà, è troppo grande per assolvere alla vocazione di incubatore o di spazio peculiare per eventi speciali. Il che comporta costi di funzionamento clamorosamente incoerenti con i ricavi che se ne possono ottenere».

E dunque?

«Dunque, bisognerà operare una riconfigurazione che ci consentirà di risparmiare su locazione, personale, energia, guardiane. In sostanza, continueremo a lavorare su circa un terzo dell'attuale superficie».

E del resto dello «steccone» che cosa si farà?

«Non ho titolo per parlare di argomenti che riguardano Fondazione Fiera ed enti territoriali. Il mio personalissimo parere è che gli spazi polifunzionali del genere siano un'opportunità straordinaria per Milano».

Il riutilizzo di strutture di queste dimensioni è spesso problematico.

«Attenzione: il problema si pone con edifici dalla destinazione precisa, che vincola di molto le possibilità successive: teatri, impianti sportivi... Qui siamo in presenza di spazi polifunzionali davvero. Con utilizzi che possono cambiare nel corso del tempo».

Il ridimensionamento del Portello comporterà esuberanti di personale?

«No. Anzi, abbiamo previsto un grosso investimento in formazione per adeguare il capitale umano all'orientamento al cliente e alla vocazione internazionale di Fiera. Peraltro, noi abbiamo un alto tasso

di straordinari e di servizi in outsourcing. Potremo aprire un confronto con i sindacati capace di salvaguardare i livelli occupazionali e utilizzare il personale al meglio».

Quali sono gli altri elementi del piano industriale?

«L'obiettivo è rilanciare la Fiera come gruppo a fortissima vocazione di leadership europea se non mondiale. L'accettare la sfida significa focalizzarci sui bisogni del cliente come partner a 360 gradi. E quindi congressi, presenza nell'editoria specializzata, un portafoglio completo di

mezzi per la promozione dei nostri clienti».

Eppure, una correzione di rotta così vistosa a due anni dall'inaugurazione di Rho-Però non evidenzia limiti di strategia?

«La realtà è che la competizione tra le fiere è incominciata solo oggi. E impone una continua riflessione e un continuo riposizionamento per incontrare un mercato mobilissimo. Io non mi vergognerei tra un paio d'anni a rimettere in discussione le decisioni di oggi».

Si dice: la fiera già vende ogni possibile servizio, e a caro prezzo. Difficile trovare ulteriori margini.

«Il punto è essere reattivi, assecondare il mercato. Noi avevamo una società di allestimenti, Eurostand. Ci siamo resi conto che la nostra presenza non aggiungeva valore, e abbiamo venduto. Allo stesso modo, abbiamo ceduto la manifestazione Build Up a chi realizzerà la nuova mostra dell'architettura Made Expo. Come dire: noi operiamo nella logica di essere partner, e crediamo che ciò possa generare valore».

Un ultimo «si dice»: Fiera Milano si appresta a uscire da piazza Affari?

«Mi dica lei se quello che le ho esposto è il piano di chi pensa al delisting. Sono notizie prive di fondamento».

Marco Cremonesi

L'INTERVISTA

IL CAMBIO DI STRATEGIA DI CLAUDIO ARTUSI

Il Portello è troppo grande per assolvere alla sua vocazione di incubatore o di spazio peculiare per eventi speciali



Claudio Artusi, amministratore delegato di Fiera Milano

