

Intervento agli Stati generali del marketing territoriale di Regione Lombardia

Adalberto Corsi
(presidente Comitato Fiere Terziario):
**“Fiere: internazionalizzazione e innovazione sì
Delocalizzazione no”**

Promuovere il nostro sistema fieristico all'estero, ma con l'obiettivo di attrarre qui il maggior numero possibile di visitatori ed espositori

Milano, 22 gennaio 2013. Fiere: internazionalizzazione e innovazione sì, delocalizzazione no. Lo ha sottolineato con forza **Adalberto Corsi**, presidente di CFt, Comitato Fiere Terziario (e vicepresidente vicario di Confcommercio Milano) intervenendo oggi agli Stati generali del marketing territoriale promossi da Regione Lombardia (con l'assessore Giovanni Bozzetti).

Bene l'internazionalizzazione del sistema fieristico ma “non certo – ha detto Corsi - nel senso di delocalizzare le fiere all'estero, ma di promuovere le nostre fiere all'estero, soprattutto nei paesi Brics e nei mercati emergenti, per attrarre qui il maggior numero di visitatori ed espositori”. “A questo proposito – ha proseguito **Corsi** - mi piace ricordare un accordo stipulato anni fa tra ministeri, regioni, province, CFT e CFI per la promozione all'estero delle fiere italiane”.

“Le fiere – ha spiegato **Corsi** - possono rappresentare uno straordinario strumento di marketing. Occorre sempre più valorizzare il ruolo delle manifestazioni fieristiche: rendere gradevole e vantaggiosa l'esperienza per il visitatore e per l'espositore straniero che vi partecipa, attivare a supporto tutto il network territoriale pubblico e privato, cogliere quindi l'opportunità offerta dalla fiera per vendere oltre ai servizi di base (trasporti e accoglienza) anche il territorio, migliorandone l'immagine e l'indotto economico”.

“E poi – ha concluso **Corsi** - investire su tutti gli eventi collaterali, i cosiddetti ‘fuori salone’, che possono coinvolgere turisti, operatori e visitatori in eventi collegati prolungandone il soggiorno, sfruttando appieno l'offerta attrattiva delle città e generando ulteriori ricadute positive – in termini economici e occupazionali – soprattutto per le imprese ricettive del settore turistico e per i pubblici esercizi”.