

LA MISSIONE. Al Metro Toronto Convention Center oggi il taglio del nastro della rassegna delle armi bresciana, quest'anno «esportata» all'estero

Exa, dal Canada il nuovo corso della Fiera

Nell'avveniristico centro espositivo nordamericano sono arrivati oltre 14 marchi italiani: operazioni facilitate dal cambio favorevole euro-dollaro

Giovanni Armanini
TORONTO (CANADA)

Internazionalizzazione, nuove iniziative, ulteriore sviluppo del quartiere fieristico bresciano: dalla business community alla people community. Un programma a 360° per il futuro della Fiera di Brescia che oggi muove il primo passo con il via della prima edizione di Exa International. Da Toronto è partito un nuovo corso che punta sulla internazionalizzazione dei marchi fieristici per sostenere il made in Brescia nella conquista di nuovi mercati, ma non solo. Un piano ambizioso, che dovrà dare risultati certi e misurabili.

Al Metro Toronto Convention Center in mattinata (quando a Brescia saranno all'incirca le 17) ci sarà il taglio del nastro della fiera delle armi che per la prima volta nella sua storia trentennale si svolge all'estero. Un passo importante verso un progetto ambizioso. In un incontro con la stampa ieri il presidente della Camera di commercio bresciana, Francesco Bettoni, l'amministratore delegato di Brixia Expo, Marco Citterio e il presidente della Fiera, Carlo Massolletti, hanno annunciato a grandi linee il piano che nel prossimo biennio porterà il quartiere fieristico bresciano a esporre sulle principali piazze mondiali.

«Abbiamo puntato troppo sulla promozione e poco sulla presenza - ha detto Bettoni marcando il cambio di passo che intende dare al modello bresciano per l'estero -. Laddove, come nel caso dell'ufficio di Shanghai della Camera di commercio, ci siamo radicati sui territori, i risultati sono arrivati: in Cina la Cdc ha favorito progetti per un centinaio di aziende bresciane. Ma questa non è l'unica via percorribile».

«**PARTIAMO** - ha spiegato Citterio - con lo spirito di vedere se

anche i piccoli quartieri fieristici come il nostro hanno spazi oltre i tradizionali confini provinciali». Per Exa sono tre le idee da sviluppare: Exa Sud, a Foggia (un progetto in fase di valutazione con l'intento di portare la produzione bresciana nel cuore della più grossa comunità di cacciatori del Sud Italia, quella pugliese) e due iniziative all'estero: a Dubai e probabilmente anche in Russia. Un programma che sarà accompagnato dal rilancio dei piani strategici su Made in Steel. La fiera dell'acciaio doveva sbarcare in medio oriente, poi la crisi ha frenato gli entusiasmi. Ora si torna sull'idea, con un avvertimento: «non dobbiamo pensare ad eventi annuali: ogni 2, 3, anche 5 anni, si può lavorare bene per creare opportunità di business alle nostre imprese nei vari settori».

Per il futuro Citterio sta pensando di intensificare anche i rapporti con lo stesso Canada, dopo l'intesa bilaterale dello scorso anno tra l'Ontario e la Lombardia (che ha favorito questa edizione di Exa), sottoscritta proprio a Toronto dal presidente Roberto Formigoni. «C'è un'eccellenza sanitaria, qui, che anche l'assessore Luciano Bresciani ha potuto sperimentare operando per diversi anni negli ospedali canadesi: perchè non sfruttare questo link per pensare ad una iniziativa dedicata alle 130 aziende del cluster biomedicale bresciano-bergamasco?».

E DA PARTE della Camera di commercio, presente anche attraverso l'ente promozionale Pro Brixia ed il segretario generale Massimo Ziletti, un ulteriore incentivo: «Nel 2009 abbiamo promosso 11 occasioni di visibilità all'estero - ha illustrato il presidente Francesco Bettoni -, quest'anno abbiamo un programma che ne prevede almeno il doppio».

Tante idee sul tavolo che lanciano proprio l'inizio di una

nuova strategia, sulla quale Fiera di Brescia è chiamata a fare decisamente la differenza. «Intanto - ha garantito Citterio - non possiamo che essere soddisfatti dei passi avanti dell'ultimo anno, che ha visto incrementare ulteriormente il nostro fatturato di circa il 30% mentre in Italia le Fiere hanno registrato contrazioni anche significative». Tutto questo senza dimenticare i padiglioni bresciani, per il quale si sta già studiando una nuova iniziativa dedicata al tecnomotivo.

INTANTO gli operatori (14 marchi italiani, per lo più bresciani, sono arrivati a Toronto con Exa) hanno dato il via alla prima operazione con grande ottimismo. In questa due giorni canadese si dovrà verificare soprattutto il ritorno in termini di visite - professionali e non solo - ai padiglioni bresciani. Un'aria positiva, quella che tira al Metro Centre, dovuta anche alla favorevole congiuntura monetaria (il cambio sul dollaro canadese ha avuto un miglioramento nelle ultime settimane tra il 15 ed il 18% che non si registrava da almeno un quinquennio in questa economia fortemente legata a quella Usa). Ed è in particolare sul Nord America che Bettoni, ha ribadito di voler puntare anche per il futuro: per vedere Brescia assumere un ruolo di sempre maggior spessore in realtà oltre i confini europei. ♦





**Abbiamo
puntato troppo
sulla promozione
e non sulla
presenza**

FRANCO BETTONI
PRESIDENTE CDC



**Nell'ultimo
anno abbiamo
incrementato
del 30 per cento
il fatturato**

MARCO CITTERIO
AD BRIXIA EXPO