



# ANCHE LA FIERA SI PREPARA

DI GIANCARLO MAGNAGHI

Feedback: redazione-cbr@edizionibig.it

Fondata nel 1920 per favorire la crescita delle nascenti industrie lombarde, la fiera di Milano è da quasi novant'anni uno dei più significativi motori dell'economia italiana. Dopo la costruzione del nuovo polo espositivo di Rho-Pero, la Fiera di Milano è ora la più grande del mondo, e si prepara ad affrontare la sfida di Expo 2015.

Per saperne di più, CBR Italy ha intervistato **CLAUDIO ARTUSI, AMMINISTRATORE DELEGATO DI FIERA MILANO SPA.**

## Cosa è Fiera Milano oggi?

Fiera Milano è operatore leader in Europa e tra i primi al mondo per numero e qualità delle manifestazioni, dimensione e funzionalità delle strutture, completezza dei servizi fieristici e congressuali. Dispone di un quartiere modernissimo, entrato in piena operatività nel 2006, con 345mila metri quadrati espositivi lordi coperti (più 60mila all'aperto) distribuiti su otto giganteschi padiglioni praticamente senza colonne, 74 sale riunione di cui 10 nel Centro Convegni Stella Polare, 84 punti di ristorazione, 13 mila parcheggi visitatori e 3mila per gli espositori.

A Fiera Milano SpA, quotata a Borsa

Italiana segmento STAR dal dicembre 2002, fanno capo 11 società. Di esse, cinque si occupano di organizzazione di mostre; una (joint venture fra Fiera Milano e Fiera di Hannover) della nostra attività in Cina; cinque erogano servizi (allestimenti, ristorazione, congressistica, editoria specializzata e pubblicità, servizi internet).

Il gruppo Fiera Milano ha chiuso l'esercizio 2007 con ricavi pari a 302,5 milioni di euro e un MOL di 7,1 milioni. I metri quadrati netti venduti sono stati 1,8 milioni; gli espositori circa 30.000; i visitatori 4,5-5 milioni. Il gruppo Fiera Milano conta 700 dipendenti.

## Qual è l'evoluzione prevista per fieramilano nei prossimi anni (collegamenti ferroviari, viabilità, nuovi alberghi nell'area)?

Il territorio circostante il quartiere espositivo fieramilano è in grande fermento, e lo sarà ancor più nei prossimi anni in vista dell'arrivo dell'Expo 2015, localizzato nella vasta area limitrofa a quella in cui è insediata Fiera. La viabilità è stata interessata da una serie di importanti interventi diretti a connettere il quartiere espositivo con la città e con le grandi direttrici del traffico (autostrade e tangenziali). Ma questa è stata

## Il nostro excursus di interviste a chi sarà coinvolto nella grande manifestazione del 2015 prosegue con l'AD e il CIO di Fiera Milano

anche l'occasione per ridisegnare e migliorare la circolazione del territorio. Questi complessi lavori saranno completati per l'inizio dell'autunno. Procede intanto velocemente la realizzazione della stazione ferroviaria che dalla primavera 2009 funzionerà per la linea ordinaria (la tratta sarà parte del Passante ferroviario milanese e affiancherà quindi la metropolitana nel trasporto dei visitatori di Fiera Milano). La stessa stazione servirà dalla primavera 2010 anche la linea ad alta velocità Milano-Torino, che farà tappa a Fiera Milano. Dall'anno prossimo disporremo anche dei due grandi alberghi attigui alla Porta Sud del complesso espositivo, le cui torri, ben visibili, sono ormai in fase di completamento.

## Quale sarà l'assetto definitivo di Fiera Milano, dopo l'abbattimento dei vecchi padiglioni di fieramilanocity?

L'attività fieristica che avveniva fino al



2006 nel quartiere in città è stata ormai spostata in gran parte nel nuovo complesso espositivo di Rho-Pero. Il processo è ancora in corso e si completerà entro il 2008, poiché dopo l'estate rilasceremo un'ulteriore consistente parte dell'area di cui ora disponiamo a fieramilanocity. Quest'area tornerà al proprietario (Fondazione Fiera Milano) dal quale noi l'avevamo avuta in affitto e potrebbe essere parzialmente destinata all'ampliamento del nostro attuale centro congressi in città (il MIC) che si trova nel perimetro del vecchio quartiere fieristico.

**Quale sarà il ruolo di Fiera Milano nell'ambito del comitato organizzatore dell'Expo e quali le principali iniziative in cui presumibilmente sarà coinvolta?**

Noi siamo impegnati in prima persona nella grande sfida dell'Expo: Fiera Milano fa parte del comitato promotore dell'Esposizione universale.

Siamo un grande operatore fieristico: non parteciperemo dunque alla materiale realizzazione delle strutture dell'Expo (che peraltro verrà edificato su terreni che non appartengono a Fiera Milano SpA ma alla nostra controllante Fondazione Fiera Milano). Come grande operatore fieristico abbiamo però un formidabile know how nella gestione di infrastrutture espositive e di sistemi di logistica complessa, nell'organizzazione di eventi e congressi, nell'erogazione di servizi per "grandi clienti" di accoglienza, ristorazione, allestimento, comunicazione. È questo il contributo che noi possiamo offrire e che credo sarà prezioso per una efficiente organizzazione dell'Expo 2015. Noi gestiamo spazi e servizi per oltre 4 milioni di visitatori ogni anno, con punte di oltre 100 mila al giorno. La mole di lavoro che l'Expo prevede, sia in termini di visitatori che in termini di organizza-

zione, non ci spaventa.

L'intervista è poi proseguita per approfondire gli aspetti tecnologici con **ERNESTO BONFANTI** - una lunga esperienza nel campo ICT maturata in varie aziende tra cui Olivetti, Honeywell Bull, Canon e Amplifon - entrato nel 2008 nel Gruppo Fiera Milano come **Direttore Centrale ICT** con la responsabilità dell'area gestionale a supporto delle società del Gruppo e dell'area di sviluppo di nuovi servizi digitali per migliorare e arricchire il portafoglio dei servizi fieristici.

**Come è organizzata la struttura ICT di Fiera Milano Spa?**

Siamo in un momento di rivisitazione organizzativa e di razionalizzazione di tutte le strutture ICT del gruppo. La Direzione Generale di Fiera Milano ha deciso di costituire una nuova Direzione Centrale ICT, che sono stato chiamato a realizzare, per contribuire allo sviluppo e all'efficientamento di tutto il gruppo, avendo come focus il cliente, Fiera Milano e le società del gruppo. Tutte le funzioni ICT sono state riunite in questa direzione centrale, le cui strutture costituiscono dei centri di costo, anche se alcune, come i sistemi informativi di mostra e le telecomunicazioni, producono ricavi per le unità di business. Expopage Spa, la società del gruppo Fiera Milano che gestisce il portale della fiera e sviluppa e-business per le aziende del gruppo di fieramilano e per gli organizzatori fieristici, è un'entità legale, con un suo conto economico, che risponde funzionalmente alla direzione centrale ICT. Il reparto ICT è composto da una quindicina di persone, che diventeranno una ventina, mentre Expopage conta una quarantina di persone, compresa la struttura commerciale che vende i servizi. Il



Claudio Artusi

nostro obiettivo è armonizzare le varie strutture e creare un'unica organizzazione ottimizzata. Una volta a regime, decideremo se operare come centro di costo (factory produttrice di servizi digitali) o come business unit (fornitore di servizi).

Il sistema gestionale è basato in gran parte sulle Oracle Application. L'infrastruttura tecnologica della server farm (hardware, software di base e application management) è affidata in outsourcing a IBM. Inten-

diamo riequilibrare questo modello di sourcing, realizzando in casa, con la struttura dei sistemi gestionali, le funzioni di *demand management* e di analisi funzionale, mentre continueremo ad affidare a IBM le specifiche tecniche e la parte di sviluppo software. Questo per restare molto vicini ai nostri clienti interni e alle nostre funzioni aziendali, raggiungere l'obiettivo di efficientamento del modello operativo interno previsto dal piano industriale, ed estendere la supply chain - e quindi parte dei nostri processi - ai clienti esterni (organizzatori ed espositori).

Anche l'infrastruttura di rete e di telecomunicazione, gestita da Fastweb per la parte cablata e da Vodafone per la parte wireless, appartiene alla mia direzione. Il cablaggio, basato largamente su fibra ottica, offre una capacità di banda elevatissima che siamo ancora lontani dal saturare e permette qualunque tipo di connettività; è anche in grado di supportare i futuri servizi che stiamo progettando, come i sistemi di Digital Signage basati su display digitali. La copertura Wi-Fi del quartiere fieristico è garantita da 550 access point gestiti da Vodafone. Oltre



a Vodafone, anche gli altri operatori mobili Telecom, Wind e H3G hanno investito sulla copertura cellulare della fiera, che è di fondamentale importanza quando, come in occasione del recente Salone del Mobile, ci sono oltre 80.000 persone che devono telefonare.

### **Quali sono gli obiettivi della funzione ICT?**

Il piano industriale 2007-2011 del gruppo Fiera Milano prevede una serie di azioni di sviluppo che richiedono un forte impegno da parte della direzione ICT. Internazionalizzazione dei prodotti e dei brand fieristici, acquisizioni di nuove attività, nuovi servizi fieristici di tipo digitale per aiutare le imprese a creare più valore relazionale e commerciale. Queste azioni saranno declinate nel progetto strategico di sviluppo dei sistemi informativi, che prevede anche misure per ridurre i costi e razionalizzare i processi delle funzioni aziendali interne, nonché l'estensione di questi processi alla relazione di business con gli organizzatori e gli espositori delle manifestazioni, ponendo grande attenzione non solo alla macchina organizzativa interna ma anche alla macchina operativa attraverso la quale gestiamo i processi fieristici. Ci viene richiesto un supporto anche per identificare e realizzare *shared services* comuni per tutte le aziende del gruppo.

Il primo obiettivo è quindi costruire la nuova organizzazione ICT, che rappresenterà la struttura organizzativa portante per il futuro. Il secondo è l'innovazione e la creazione di nuovi prodotti e servizi digitali come supporto diretto ai ricavi e ai profitti di organizzatori ed espositori. Quindi abbiamo un'anima classica dei sistemi informativi gestionali interni e una che vede l'ICT come motore di sviluppo di nuovi servizi digitali.

Nei prossimi mesi definiremo una

serie di attività e di progetti rivolti ad aumentare l'efficienza dei processi interni, e altri progetti e attività per arricchire l'offerta al nostro mercato di nuovi prodotti e servizi digitali. In questa seconda area definiremo un nuovo portfolio di servizi di due tipi: servizi *on-site*, rivolti all'arricchimento dei giorni di esposizione, per consentire agli espositori di capitalizzare al meglio il loro investimento, affiancati da servizi *off-site*, che dovrebbero dare continuità alla manifestazione in modo virtuale, utilizzando le tecnologie basate sul Web 2.0.

### **Quali progetti avete nei mondi virtuali e nel Web 2.0?**

Siamo interessati a effettuare sperimentazioni per verificare quali tipi di opportunità ci possono essere in "Second Life" o mondi simili. È però prematuro parlare di progetti precisi. Ci dovremo muovere in un'ottica sistemica, per fornire servizi avanzati compatibili e interoperabili con quelli degli altri enti territoriali.

Sui temi del Web 2.0, pensiamo di effettuare sperimentazioni nel corso dei prossimi anni, in collaborazione con gli organizzatori delle manifestazioni, con particolare riguardo alle business community dei comparti merceologici di cui ospitiamo le manifestazioni. Nelle community B2B potremo mettere a fattor comune molti contenuti, grazie alla nostra società Fiera Milano Editore, che dispone di contenuti specifici grazie alle proprie riviste specializzate.

### **Contate di utilizzare anche le tecnologie RFID?**

RFID sarà utilizzato per la tracciabilità dei visitatori e degli automezzi che si muovono nel quartiere fieristico, utilizzando *badge contactless* per le persone e *tag attivi* per gli automezzi.

Fra i servizi digitali on-site previsti, uno è proprio il controllo della

mobilità dei visitatori, che potrà essere analizzata da un sistema di intelligence, fornendo informazioni preziose per gli organizzatori delle manifestazioni e per Fiera Milano; un servizio off-site abiliterà la circolarità dei servizi sul territorio per visitatori ed espositori. Quindi questa tecnologia sarà utilizzata sia ai fini gestionali e di controllo del quartiere, sia ai fini di business.

### **Come vi state preparando per Expo 2015?**

Il piano industriale di Fiera Milano, che delinea gli sviluppi previsti fino al 2011, prevede tutta una serie di fortissime innovazioni dei servizi digitali, che saranno utilizzati anche per Expo 2015. La realizzazione dei nuovi servizi a cui ho accennato ci consentirà di sperimentare nuove *best practice* fieristiche da esportare anche nei confronti di Expo 2015. I servizi off-site dovrebbero poi agganciarsi agli altri servizi che saranno forniti in ambito territoriale, in collaborazione con le altre istituzioni come il Comune di Milano, l'ATM per la mobilità urbana, i servizi di accoglienza, le strutture alberghiere, altri servizi per visitatori ed espositori come i servizi sulla viabilità. Facendo sistema con gli operatori e con le istituzioni del territorio dovremmo veramente poter dare un grande contributo a Expo 2015. Noi comunque sperimentaremo questi nuovi servizi nelle nostre manifestazioni, con qualche anno di anticipo. Quindi nel 2015 avremo già terminato la fase di sperimentazione e di rodaggio.

Expo 2015 dovrebbe dare un'accelerazione a questi progetti innovativi, e aiutarci a fornire un servizio sempre migliore ai 30.000 espositori che ogni anno investono per esporre in questo bellissimo quartiere fieristico e devono potere usufruire di tutta una serie di servizi collaterali per capitalizzare il più possibile il loro investimento. **B**