

**Creare valore per il territorio:
il ruolo di Umbriafiere**

Dalla Missione alla Visione

**Lazzaro Bogliari:
"Evolgere dal ruolo storico a fiera
con l'anima a luogo di marketing
internazionale"**

Per **Missione** si intende la valorizzazione e promozione del tessuto economico regionale, mettendo al servizio del territorio e degli operatori fieristici competenze specialistiche consolidate.

Per **Visione** si intende rappresentare il polo di eccellenza delle attività di promozione e comunicazione delle competenze agricole, industriali, commerciali e professionali del territorio, realizzando un clima magico e attrattivo che favorisca coinvolgimento, entusiasmo e fidelizzazione.

Dalla storia al contemporaneo al futuro. Il patrimonio logistico e commerciale di Umbriafiere, grazie ad Agriumbria, è arrivato a 50 anni di attività. L'analisi ricca di dati e grafici commissionata da Umbriafiere allo studio RC&Consulting dell'Ing. Sergio Cimino e Jolanda Tinarelli ha messo chiaramente in evidenza l'evoluzione della struttura ponendola a confronto con i più importanti centri fieristici in Italia. Da ciò si è subito constatato il frutto di una gestione aziendale che nel tempo ha dato ottimi risultati.



Lazzaro Bogliari, presidente di Umbriafiere S.p.A.

"Siamo nati da un'intuizione di Lodovico Maschiella

- ha dichiarato il presidente di Umbriafiere Lazzaro Bogliari leggendo un articolo storico di Rino Casula - che ha saputo unire: connotazione territoriale, ubicazione baricentrica, vocazione della città di Bastia e potenzialità ricettiva. Il DNA di Umbriafiere è assolutamente coerente con il nuovo ruolo di coniugare le specificità e le competenze del territorio con la capacità di sviluppare network a livello nazionale e internazionale, elementi che hanno congiuntamente consentito di incentivare la visibilità e l'attrattività della proposta Umbriafiere. Dalla mia esperienza - ha concluso Bogliari - sono necessari ulteriori azioni di sviluppo quali la realizzazione di una copertura dell'area zootecnica (circa 6 mila mq.) la cui spesa è di circa due milioni e mezzo di euro, che possono consentirci di potenziare il percorso di internazionalizzazione intrapreso".



Ing. Sergio Cimino, Studio RC&Consulting

Sergio Cimino svolge, da oltre 40 anni, attività manageriale e consulenziale per piccole e medie imprese; ha insegnato per oltre 20 anni Strategia d'impresa e Organizzazione aziendale presso gli Atenei di Perugia e Siena; è autore di testi e monografie sui temi oggetto dell'attività professionale e accademica, ultimo dei quali l'e-book: "Passaggio generazionale e Continuità d'impresa" il cui incasso è stato interamente devoluto ai monaci benedettini di Norcia.

Lei, con il suo studio, ha posto una lente d'ingrandimento sulle attività di Umbriafiere, ma il punto di partenza è una riflessione sul sistema-fiera a livello globale. Che accade a tale livello? - Lo studio, realizzato con la collaborazione della collega Jolanda Tinarelli, prende le mosse dalla rappresentazione del sistema fiere, a livello mondiale: 31.000 eventi, 260 milioni di visitatori, 4,4 milioni di espositori, con un'occupazione di oltre 650.000 addetti diretti e quasi il doppio di addetti indiretti. Si tratta di un universo in crescita progressiva a partire dalla prima fiera campionaria svoltasi a Lipsia nel 1895. Un evento storico che segna il passaggio dalla manifattura artigianale a quella industriale: per la prima volta non si va in fiera con il prodotto da vendere, ma con un "campione" di prodotto da esporre e mostrare ai visitatori. Il modello si propaga rapidamente in Francia e Italia e, successivamente, in tutta Europa.

Volendoci "calare" a livello nazionale, che tipo di situazione troviamo? - Anche nel no-

stro Paese, il sistema fiere è in progressiva crescita: lo scorso anno si sono svolte quasi 1000 manifestazioni che hanno coinvolto: 200 mila espositori, di cui 25 mila esteri; 20 milioni di visitatori; 100 mila addetti diretti e indiretti, generando affari per oltre 100 miliardi di euro. In questo ambito, le manifestazioni internazionali più seguite si riferiscono al settore tessile-abbigliamento-moda, seguito a ruota dal settore alimentare. Dunque, la situazione è complessivamente buona e foriera di ulteriori sviluppi. In questo ambito, merita un cenno la sempre più intensa politica di alleanza tra quartieri fieristici: dalla fusione tra Rimini e Vicenza alle sinergie tra altre qualificate esperienze fieristiche volte a ottimizzare l'impiego delle risorse disponibili.

Quali sono le regioni con maggiore vivacità sotto il profilo fieristico? - La domanda è più che pertinente, perché, al di là delle medie trilussiane, la distribuzione non è omogenea: tre regioni leader - Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna - sviluppano l'80% del volume di affari. Mentre è omogeneo un dato di particolare interesse: l'effetto moltiplicatore della Fiera sull'economia territoriale è pari a 8. In parole più semplici: ogni euro speso da un'azienda per una Fiera genera un fatturato complessivo, diretto e indotto, di 8 euro. Si tratta di un rapporto che non ha uguali in nessuna altra attività economica e che esalta il ruolo strategico di un Centro fieristico per la valorizzazione e lo sviluppo del proprio territorio.

Come si colloca l'Umbria a livello Nazionale? - Nel contesto di crescita complessiva, al quale facevo riferimento, Umbriafiere ha svolto egregiamente la propria parte con risultati in costante crescita non solo con

IL PRIMO

L'ing. di RC&Consulting, ha da

di ADRIANO CIOCI



riguardo agli eventi ospitati: oltre 40 all'anno, circa la metà dei quali costituiti dalle manifestazioni fieristiche; ma anche in ragione del costante incremento di imprese e pubblico. In termini di fatturato, va registrata una crescita costante nell'ultimo quadriennio, malgrado gli esiti della crisi economica lunga e profonda che, negli ultimi anni, ha investito il nostro Paese. Un apprezzamento merita, in tal senso, l'intelligente politica di alleanze avviata dall'attuale presidente Lazzaro Bogliari con altre esperienze fieristiche nazionali e internazionali.

Dunque, a distanza di cinquant'anni, Umbriafiere è stata più una scommessa o un'operazione dotata di solidi basi programmatiche? - A mio avviso né l'una né l'altra: è stata una sfida coraggiosa il cui esito non era prevedibile né scontato! Oggi possiamo dire che i risultati fin qui raggiunti, confermano la giustezza dell'intuizione di Lodovico Maschiella, indistinto ideatore del Centro fieristico e, al tempo stesso, sottolineano l'intelligente e coerente impegno delle Amministrazioni comunali che si sono succedute. Un ulteriore elemento di successo della sfida è connesso alla gestione di una struttura organizzativa snella e intel-

Nuovo Usato

AUTOSALONE

MARTELLINI AUTO

ORGANIZZATO **FIAT** VENDITA & ASSISTENZA

Viale Michelangelo, 19 **PALAZZO DI ASSISI (Pg)**
Tel. 075 8037004/8037017
Fax 075 8037017

Da oltre 50 anni i migliori Alimenti Zootecnici

GRIVAL **VALGI** **Dell'Aventino**

COME NATURA CREA **MANGIMI SU MISURA** **MANGIMI SELEZIONATI**

Il valore della tradizione **Controllati, sicuri e di qualità** Per ogni esigenza **Consulenza**

GRIGI **UNA FILIERA COMPLETA DALLA TERRA ALLA TAVOLA** **GRUPPO GRIGI** Via Enrico Mattei 38 Bastia Umbra (PG) **Tel. 075 8011560** www.gruppogrigi.it

Intervista all'ing. Sergio Cimino

"MEZZO SECOLO" DI UMBRIAFIERE

poco ultimato uno studio sul ruolo di Umbriafiere, in occasione dei 50 anni di attività



ligente, composta da appena cinque impiegati e un presidente operativo. A questo proposito va doverosamente detto che il rapporto tra volume di affari e personale di struttura è notevolmente superiore alle medie di settore.

Adesso che Umbriafiere è una realtà ineludibile, proviamo a scoprirne le peculiarità. Quali sono i dati che maggiormente esprimono la sua vivacità? - I fattori di successo di Umbriafiere sono fortemente connessi alle peculiarità ambientali, tra le quali: l'ubicazione a Bastia Umbra, località baricentrica a livello regionale e facilmente raggiungibile a livello nazionale; il sistema di competenze territoriali nel Settore Agroalimentare, testimoniato dalla presenza di importanti aziende nazionali

nel food, nel feed, nella costruzione di macchine agricole e di impianti di conservazione; la potenzialità ricettiva del territorio; la vocazione territoriale, per alcuni versi secolare, di Bastia Umbra per tutto ciò che riguarda la commercializzazione e la vendita. A ben pensarci, questo tipo di caratterizzazione territoriale - il cosiddetto *genius loci* - ha consentito alla città di superare gli effetti connessi alla scomparsa di importanti aziende storiche locali.

Apriamo una finestra su Agriumbria, prima per importanza tra gli appuntamenti fieristici. Quali sono le riflessioni su di essa? - Agriumbria è, indiscutibilmente, la Fiera più prestigiosa e importante, sia in termini di immagine, che di sostanza, contribuendo da sola al

60% del volume di affari. Il fatturato, in progressiva crescita, ha superato il valore di 1,15 € / ML, generato per il 70% dalla vendita di spazi espositivi e per il 30% dalla vendita di biglietti. Va, inoltre, sottolineato che, nel periodo 2008-2018, gli espositori sono aumentati del 23% passando da 367 a 450 e i visitatori del 42% passando da 56.150 a 80.000. Numeri che, da soli, esprimono il dinamismo e la proattività di "una fiera con l'anima" così come la definisce il presidente Lazzaro Bogliari. **Per ogni grande evento, sempre si parla di indotto. Cosa dire degli eventi generati da Umbriafiere?** - Come dicevo, a livello generale, le Fiere creano notevole ricchezza sul territorio realizzando un effetto leva che moltiplica ben otto volte le ricadute degli investimenti sostenuti dalle imprese partecipanti. In termini di indotto vanno registrate le ricadute sul sistema ricettivo regionale e il notevole incremento del personale diretto e indiretto. Pensi che, in base a ragionevoli valutazioni, il numero complessivo di addetti coinvolti nella preparazione e nella gestione della sola Agriumbria supera le 800 unità, per il 25% diretti e per il 75% indiretti. Se estendiamo il dato agli altri eventi, ne avvertiamo la valenza per l'intero territorio umbro.

Spesso si sente dire di Umbriafiere come un polo staccato dal tessuto economico e sociale della città. Può essere vera questa osservazione? - Per la verità, l'affermazione mi sembra troppo drastica, anche se condivido che potrebbero essere studiate iniziative volte a valorizzare ulteriormente il legame con il territorio comunale. Penso a iniziative collaterali agli eventi fieristici che interessino intere aree della città, al di fuori del perimetro fieristico. Ad esempio: esposizione di prodotti tipici umbri, in concomitanza con Agriumbria; eventi culturali/artistici, in concomitanza con la Fiera dell'Antiquariato; e così via. Sicuramente iniziative del genere rafforzerebbero il legame con la città accrescendone l'attrattività sia a livello regionale che nazionale. Il tutto in assoluta coerenza con i nuovi modelli comportamentali del turismo che privilegiano la motivazione rispetto alla destinazione. **Quale futuro vede nel nostro Centro Fieristico?** - Umbriafiere, al pari di altri rilevanti soggetti nazionali non è più un prodotto indotto da terzi, ma un soggetto autonomo la cui visione e la cui missione sono state riassunte nel nostro studio. Ebbene, la missione - ovvero: il ruolo sociale che Umbriafiere è chiamato a svolgere - è costituita dalla valorizzazione e dalla

promozione del tessuto economico regionale, mettendo al servizio del territorio e degli operatori fieristici competenze specialistiche consolidate. Mentre la visione - ovvero: il futuro - è la realizzazione di un polo di eccellenza delle attività di promozione e comunicazione delle competenze agricole, industriali, commerciali e professionali del territorio. Perciò è possibile innescare un circuito virtuoso Umbriafiere-Territorio finalizzato alla valorizzazione congiunta e progressiva dei due soggetti.

Le istituzioni potrebbero garantire un nuovo impulso a tale sviluppo? - L'attenzione delle Istituzioni a sostegno di investimenti ineludibili sul piano strutturale e infrastrutturale genererebbe ulteriore valore per il territorio. Penso al sostegno di interventi connessi a: potenziamento degli spazi espositivi; ottimizzazione dei parcheggi; adozione di piattaforme virtuali e, in generale, di nuove tecnologie; razionalizzazione impianti energetici. Penso, anche, al sostegno delle iniziative e degli sforzi fin qui sostenuti da Umbriafiere con riguardo alle alleanze con altre Fiere nazionali e internazionali. Ovviamente per trasformare le buone intenzioni in fatti, occorre, innanzitutto, non perdere tempo.

OLTRE 100 PAESI IN TUTTI I CONTINENTI CONOSCONO I NOSTRI PRODOTTI...

L'EVOLUZIONE CONTINUA...



IS ALL YOU NEED

MADE IN ITALY

BASTIA UMBRA
www.dondinet.it

dal 1850
Dondi
MACCHINE AGRICOLE E INDUSTRIALI