

Fiera Milano hub delle filiere industriali

Strategie . Il principale operatore italiano punta su manifestazioni che integrino diversi settori contigui per rafforzare l'attrattività del polo espositivo e la competitività delle imprese. Grande attesa per le Olimpiadi e per la loro legacy, che apre al mondo B2C

Giovanna Mancini



Se il modello delle filiere industriali è la vera chiave del successo e del valore delle produzioni italiane, investire sulle filiere non può che essere la strategia più efficace per chi, di mestiere, opera come abilitatore e acceleratore dei sistemi produttivi, ovvero il sistema fieristico.

Per questo Fiera Milano – il più grande operatore nazionale del settore, con 273,2 milioni di euro di ricavi nel 2024 e una previsione di 350-370 milioni a fine 2025 – ha messo le filiere al centro della strategia 2026. «Quella che era un'intuizione nel piano industriale presentato nel 2024, diventa oggi l'architettura sui cui appoggiare il completamento delle indicazioni date allora e stabilizzare le attività di Fiera Milano – spiega l'amministratore delegato e direttore generale, Francesco Conci –. Integrare tra loro diverse manifestazioni, come abbiamo fatto ad esempio con Miba nel settore delle costruzioni, con The Innovation Alliance nella meccanica strumentale, o con gli eventi della moda, ha dimostrato di essere una strategia efficace per interpretare il cambiamento in atto nel mondo e dare sempre più forza ai sistemi imprenditoriali, a cui il mercato oggi chiede sempre di più non solo prodotti, ma soluzioni integrate, capaci di mettere insieme tutti i pezzi della filiera».

Nel 2026 questa logica verrà dunque ulteriormente rafforzata, con l'obiettivo di consolidare Milano come hub europeo delle filiere industriali. Anzi, questa logica sarà il cardine su cui poggerà il prossimo piano industriale e su cui Fiera Milano comincerà a lavorare giù nella seconda parte di quest'anno. «Queste integrazioni accelerano le filiere produttive e su questo noi oggi stiamo lavorando con grande decisione perché, secondo noi, è il futuro».

Senza trascurare, ovviamente, gli altri elementi cardine su cui poggia il piano industriale attualmente in vigore e che faranno parte anche del prossimo, a cominciare dal rafforzamento internazionale della società fieristica e delle sue manifestazioni *core*, da perseguire consolidando le attività estere del gruppo, ma anche investendo per attrarre a Milano un maggior numero di buyer internazionali qualificati nelle manifestazioni organizzate e ospitate, ma anche un numero crescente di grandi eventi internazionali, come già è accaduto per Cphi (industria farmaceutica), che tornerà a Milano in autunno, per Emo (macchine utensili), in programma nel 2027, e per la World Gas Conference, per la prima volta assegnata al capoluogo lombardo nel 2028.

In questo senso, la partnership con la Fondazione Milano-Cortina per le Olimpiadi invernali che inizieranno il prossimo 6 febbraio è fondamentale, non solo in termini di visibilità, ma anche di credibilità e quindi attrattività che il polo fieristico milanese guadagnerà da questa esperienza. Gli spazi espositivi di Rho ospiteranno, all'interno di due padiglioni completamente rinnovati, le gare Speed Skating e di Ice Hockey (tutte le partite del torneo femminile e alcune partite del torneo maschile), mentre il centro congressi Allianz MiCo sarà sede del media center dei Giochi olimpici. Ancora più importante è l'eredità che questo grande evento lascerà alla Fiera. Le Olimpiadi «sono un catalizzatore che accelera processi già in atto: innovazione, attrattività internazionale e collaborazione tra settori – osserva Conci –. Sono un grande moltiplicatore di tutto quello che noi sappiamo fare, ma che finora è rimasto all'interno degli spazi fieristici, rivolto quasi esclusivamente al mondo B2B e che invece ora si aprirà a una comunità allargata di visitatori». Il valore non è solo mediatico, ma industriale e di lungo periodo, in termini di reputazione, investimenti e legacy per il sistema fieristico e produttivo. Gli spazi ristrutturati e riorganizzati per ospitare le gare, rimarranno infatti come strutture per ospitare, da subito, eventi sportivi, culturali e dello spettacolo, consolidando dunque le attività di Fiera Milano anche nell'ambito dell'entertainment, altro asset strategico individuato dal piano industriale.

«Abbiamo aperto una nuova linea di business sfruttando in anticipo la legacy delle Olimpiadi – dice l'amministratore delegato –. Il calendario delle attività di intrattenimento si sta già strutturando ed esploderà nel 2027, grazie anche a nuove strutture e infrastrutture realizzate con gli investimenti messi in campo da Fondazione Fiera Milano».

Infine, un altro pilastro strategico è l'evoluzione del format fieristico verso esperienze sempre più coinvolgenti e ibride. Anche in questo caso, il 2026 vedrà il consolidamento di progetti che affiancano ai tradizionali momenti business anche attività culturali,

formative o di intrattenimento, inteso come strumento per creare engagement, community e valore di marca: le fiere diventano così luoghi di incontro anche per nuove generazioni di professionisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA