di Alfio Morelli

## Il Pensatore

# La fiera è morta. Viva la fiera.

Penso che con Show Way 2011 si sia chiuso un ciclo. Se negli anni Novanta eravamo leader nel mondo dell'intrattenimento professionale, vent'anni dopo abbiamo toccato il fondo. Non discuto ovviamente il valore della fiera come momento di incontro e confronto fra aziende ed operatori, indispensabile per un mercato sano e professionale, ma la formula attuale andrebbe forse rivista.

Stessa cosa vale per il ruolo delle associazioni: se diversi membri decidono di non seguire le linee guida della loro stessa associazione, forse sono i primi a nutrire seri dubbi sull'efficacia della stessa.

Non ho niente da criticare agli organizzatori della fiera e non voglio buttare fango sui responsabili, anzi, li conosco tutti personalmente e so che hanno dato l'anima per organizzare quest'evento. Ma quando le cose non vanno per il verso giusto occorre prendere coscienza della realtà senza finti alibi, rimboccarsi le maniche e pensare a qualcosa di nuovo.

Gira notizia che si stia lavorando ad un accordo con il Disma per unificare o affiancare le due iniziative a Bologna. Mio nonno diceva: "Piuttosto che niente è meglio piuttosto", ed io la penso esattamente nella stessa maniera. Ma dire che questa sia la soluzione ottimale è probabilmente molto lontano dalla realtà. E allora come dovrebbe essere la "nuova" fiera? Certamente non più basata sulla vendita di metri quadrati ma di servizi, e con una grande capacità di attrarre il pubblico professionale di fascia alta, quello, per capirci, che fa muovere il grosso del fatturato dei prodotti di serie A.

A contare insomma non deve essere il numero dei visitatori, ma la loro qualità. Gli enti fieristici non possono più mirare alla vendita di metri quadrati, ma devono pensare ai servizi necessari a fare business e ad attrarre pubblico qualificato.

In Italia abbiamo delle importanti eccellenze a livello mondiale, soprattutto nel settore professionale di fascia alta. I componenti audio prodotti in Italia rappresentano un'ingente percentuale del settore; tutti sappiano che in molti blasonati marchi audio batte un cuore italiano. Pensiamo poi ad aziende come Powersoft, ormai uno standard internazionale, sia come prodotto finito che come OEM, che hanno unito creatività, innovazione e qualità tecnologica. Vogliamo poi parlare delle luci? Difficilmente troviamo una produzione musicale o televisiva in cui non siano presenti prodotti italiani. Alla luce di tutto ciò, dico fermamente che ci meritiamo una manifestazione vera e di spessore, ma diversa, con un nuovo appeal commerciale.

Non dobbiamo incappare nel gravissimo errore di rincorrere Francoforte: nell'Europa unita c'è probabilmente posto per una sola grande manifestazione, e ormai la corsa è da ritenersi un treno perso, perché il ProLight+Sound è divenuto nel tempo l'evento di riferimento europeo, tanto che anche le altre fiere nazionali fanno sempre più fatica a riproporre i risultati delle edizioni precedenti. Insomma: tiriamo fuori la nostra creatività ed inventiamoci una formula innovativa ed efficace. O lasciamo perdere.

A proposito di Francoforte, vorrei proporre un'idea apparentemente balorda. Perché non creare in fiera un vero e proprio "Padiglione Italia", in cui tutti i nostri produttori, dal professionale al musicale, allestiscono il loro stand? Un grande padiglione, un po' in stile Expò, in cui esporre anche qualche eccellenza italiana di altri settori in grado di caratterizzare la nostra produzione: dalla Ferrari al caffè alla moda. Magari attingendo a dei contributi previsti per la promozione del Marchio Italia (vedi ICE, ecc.). Pensate che ci sia visitatore del PL+S che non verrebbe a visitare questo padiglione? Chiedo venia se mi sono accalorato un po', ma è un argomento a cui tengo molto. ■