

■ INTERVISTA AL PRESIDENTE LUIGI CASTELLETTI

Fieragricola: fatti, non parole

Pur non rinunciando alla propria tradizione più che centenaria, la manifestazione ha saputo aggiornarsi per tenere il passo di un mondo che cambia. I numeri danno ragione alle scelte fatte da Veronafiere, sia per l'interesse degli espositori, che per la risposta del pubblico

di Alberto Andrioli

Se l'edizione 2006 di Fieragricola fu quella della svolta, la prima vera dell'«era della biennialità», quella di quest'anno dovrebbe essere l'edizione della conferma: conferma di avere imboccato la strada giusta e di aver lavorato bene anche nei due anni trascorsi.

Parlano i numeri

«I numeri sono il migliore e più neutrale mezzo per valutare lo stato di salute di Fieragricola – dice il presidente di Veronafiere Luigi Castelletti – e mi pare che parlino chiaro. Il successo della scorsa edizione è palese: 140.000 visitatori e quasi 1.000 espositori sono dati eclatanti, e le premesse per il 2008 sono altrettanto positive. Per la prima volta da molti anni l'intero quartiere fieristico sarà occupato, ed è un quartiere ancora più grande, cresciuto di 13.000 m² per arrivare a una superficie totale di 350.000. Lo stesso dicasi per gli espositori, che dovrebbero superare i 1.000».

«Insomma – continua Castelletti – nel quadro di un settore fieristico italiano che dà segni di rallentamento, i numeri di Verona sono tutti in crescita, a conferma della bontà delle nostre scelte».

Tutte le fiere agricole, non solo quelle italiane, nell'ultimo decennio hanno dovuto fare i conti con un settore che ha subito profondi cambiamenti, così come sono cambiati i mez-

zi di comunicazione: la scelta era obbligata, cambiare o sparire. Ciascuno ha fatto le sue scelte, sia sull'intervallo temporale tra un'edizione e l'altra, sia sulla tipologia espositiva, scegliendo magari la specializzazione.

Tradizione e innovazione

«Fieragricola – spiega Castelletti – ha scelto la biennialità ma ha anche voluto mantenere le proprie caratteristiche di fiera di tutta l'agricoltura, segmentando però in maniera chiara l'offerta. La meccanica è ovviamente il filo conduttore, ma poi ci sono le bioenergie, i servizi per l'agricoltura, oltre ovviamente alla zootecnia».

«In questo modo – rileva il presidente di Veronafiere – anche quella di una fiera

multisettoriale può rivelarsi una formula vincente. La differenza la fanno i servizi che vengono offerti agli espositori e ai visitatori. Abbiamo cercato (e trovato) la collaborazione delle istituzioni, abbiamo discusso con tutti gli interessati. Anche noi abbiamo dovuto cambiare e i risultati ci stanno dando ragione».

Cambiare, però, non è sufficiente: bisogna farlo sapere a tutti i potenziali clienti, e da questo punto di vista Veronafiere non è certo rimasta ferma. «La promozione deve essere continua e differenziata, e questo abbiamo fatto e stiamo continuando a fare non solo per Fieragricola ma per tutte le nostre principali manifestazioni, come ad esempio Vinitaly. Nel 2006 c'era stato il "Fieragricola Tour", viaggio a tappe per l'Italia in trattore, e nel 2007 l'evento si è ripetuto in diversi Paesi dell'Europa centro-orientale, sempre in collaborazione con l'Ice e l'Unacom».

E secondo Castelletti le risposte sono buone, facendo crescere l'ottimismo per l'edizione che si aprirà il prossimo 7 febbraio.

Un altro tema importante è quello dei rapporti con i maggiori enti fieristici. «La logica che ha guidato le nostre azioni non è stata certo quella di "cannibalizzare" altre manifestazioni, ma piuttosto quella di cercare partnership sui prodotti, in un quadro di utilità per tutti».

Per finire abbiamo chiesto a Castelletti quale potrebbe essere il futuro del settore zootecnico all'interno di Fieragricola. «La zootecnia è la storia per questa manifestazione, che è nata proprio con gli animali. È anche vero che si tratta

di un settore difficilmente migliorabile dal punto di vista fieristico. Il nostro obiettivo deve essere quello conservarla al livello ottimale di ora. Per far questo abbiamo la piena collaborazione di tutte le associazioni».

Un secolo e otto anni di storia sono tanti e rappresentano il patrimonio di Fieragricola. E allora chiudiamo con uno slogan che riassume un po' la filosofia di questa manifestazione: «Rispetto delle tradizioni e del passato per cogliere il futuro».



Il presidente di Veronafiere Luigi Castelletti



L'obiettivo di Fieragricola 2008 è quello di migliorare i già ottimi risultati dell'edizione 2006