

Piacenza Expo

Un polo di riferimento e di sinergie per il territorio

Buona accessibilità, un'offerta flessibile di spazi e servizi e un buon rapporto qualità/prezzo. Sono questi i plus della struttura, nata come organizzatore fieristico e, oggi, hub per fiere e convegni. Con iniziative ad hoc per il Mice, in collaborazione con Istituzioni e Club di prodotto

➡ Annarita Maggi



Piacenza, grazie alla sua felice ubicazione geografica – è porta dell'Emilia e crocevia tra quattro regioni – e alla facile raggiungibilità, è una destinazione dall'appeal in crescita per il settore Mice, con un'offerta interessante di strutture ricettive e servizi

Angelo Manfredini
e Sergio Copelli



di qualità. Al sistema di accoglienza si aggiunge la possibilità di sinergie strategiche sul territorio, che, se sviluppate adeguatamente, potrebbero fare di Piacenza una Mice City Brand di riferimento per il Nord Italia.

Già oggi la destinazione gode di una buona reputazione da parte della domanda. A confermarlo sono i numeri di Piacenza Expo, realtà nata come organizzatore fieristico ma che, da un decennio, in virtù del suo nuovo centro congressi, si è proposta sul mercato quale interlocutore privilegiato per fiere e convegni, ma anche per workshop, seminari tecnici, assemblee di associazioni di categoria e mostre. «Solo nel 2015», fa sapere il Presidente di Piacenza Expo **Angelo Manfredini**, «abbiamo realizzato 33 eventi e ospitato 84 convegni. Prendendo in considerazione gli anni dispari, i più omogenei per fiere di riferimento, il numero degli espositori è in continuo aumento: 1.322 nel 2011; 1.773 nel 2013 e 1.915 nel 2015. Anche i visitatori sono aumentati: 75.540 nel 2011;



116.122 nel 2013 e 122.857 nel 2015. Di questi ultimi, 32.316 sono stati i visitatori specializzati per fiere e convegni settoriali, mentre le presenze del pubblico generico sono state 90.541. Nel 2016 ad oggi sono in programma 27 eventi fieristici e l'attività convegnistica è in crescita.

Il Bilancio Sociale 2014 di Piacenza Expo ha attestato come l'incremento degli espositori e dei visitatori delle fiere e convegni abbia migliorato l'indotto economico a livello locale, pari nel 2014 a 5.400.000 euro».

Punti di forza

La facile raggiungibilità, il buon rapporto qualità/prezzo, la possibilità di affiancare all'attività congressuale anche situazioni espositive, così come la qualità dei servizi catering legati alla tradizione enogastronomica piacentina e i servizi di assistenza agli organizzatori sono i punti di forza del Centro Fieristico, fa sapere il coordinatore **Sergio Copelli**, precisando che «il centro congressi è adatto ad accogliere qualsiasi tipologia di evento fino a 350 partecipanti. Mentre per convention con platee più ampie si può usufruire dei padiglioni fieristici».

Anche sul fronte della visibilità, sono in atto strategie importanti, «accanto ai tradizionali strumenti che vanno dal sito web alle campagne mailing, stiamo svi-

luppando un'attività di relazioni pubbliche per promuovere ulteriormente la struttura», continua Copelli, «fermo restando che la miglior pubblicità resta comunque il passaparola tra gli addetti ai lavori: chi ha già testato le nostre strutture, ha apprezzato la nostra flessibilità e l'impegno a soddisfare al meglio le attese dei clienti».

Le iniziative con gli enti territoriali

«Per migliorare l'appeal di Piacenza, città vocata al turismo d'affari – anche in forza dei suoi importanti distretti industriali, logistici e agroalimentari – ma che, oltre ai pregi, ha anche i limiti della piccola realtà

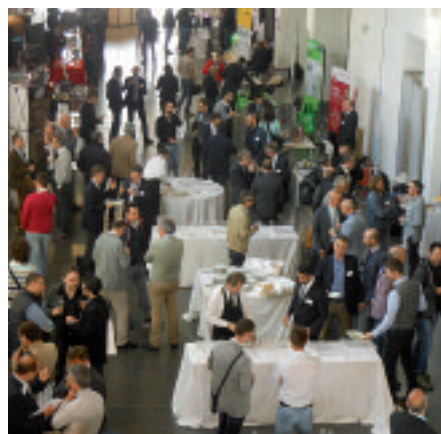


LE DOTAZIONI

Il centro fieristico Piacenza Expo mette a disposizione un moderno e attrezzato padiglione espositivo di 10.000 mq, modulare, interamente cablato, al quale si aggiungono un secondo padiglione di 3.000 mq a campata unica, che può essere utilizzato in maniera autonoma con reception indipendente, e un terzo spazio di 1.000 mq, sempre a campata unica, con luce naturale, ideale per meeting, dimostrazioni, mostre-convegno e rassegne espositive. La struttura dispone inoltre di un Auditorium da 334 posti con configurazione fissa a parlamento, arredato secondo canoni ergonomici che consentono una perfetta visuale e di due sale convegni, rispettivamente da 100 e da 40 posti. Completano l'offerta una business room, perfetta anche per workshop e una luminosa e accogliente Galleria, dove si possono allestire piccoli spazi espositivi, che collega i padiglioni con Auditorium, Sala Convegni B, Sala Corsi C, Sala Stampa/Lounge VIP, e ufficio servizio tecnico. Piacenza Expo dispone infine di un parcheggio con 2.400 posti auto.



italiane, sarà necessario sempre più consolidare un insieme integrato di servizi e un coordinamento delle proposte di svago», prosegue Copelli, «In questo senso, Piacenza Expo ha in essere convenzioni con Istituzioni e Club di prodotto. Per esempio, abbiamo siglato un accordo con i Castelli del Ducato di Parma e Piacenza – un brand del territorio emiliano molto forte – che permette di usufruire di prezzi agevolati per soggiorni tra le antiche mura e in location di charme. Importanti cene di gala legate all'attività congressuale si sono svolte anche negli spazi dei Musei Civici di Palazzo Farnese, nel Salone monumentale di Palazzo Gotico, nel centro storico della città, o presso la Sala degli Arazzi del Collegio Alberoni. D'intesa con l'Assessorato alla Cultura e Turismo del Comune di Piacenza, il nostro quartiere fieristico ha stipulato, inoltre, convenzioni con la Galleria d'Arte Moderna Ricci Oddi, con i Musei Civici di Palazzo Farnese, con il Museo Civico di Storia Naturale,



con Kronos - Museo della Cattedrale e con l'Opera Pia Alberoni».

Driver per la promozione di tutte le attrattive turistiche

È dunque ragionando sempre di più in quest'ottica di sistema e di sinergie che Piacenza Expo può diventare un valido strumento di marketing territoriale, in grado di valorizzare e promuovere l'esperienza di visita e di soggiorno della destinazione. «Un quartiere fieristico ed un centro congressuale, per competere sul mercato, non possono limitarsi ad essere un semplice contenitore di eventi», ci tiene a ribadire il Presidente Manfredini, «Piacenza Expo deve dunque svolgere, per il territorio, un ruolo di driver per quanto riguarda la promozione delle attrattive turistiche, delle eccellenze enogastronomiche e dei distretti industriali, artigianali e commerciali. D'altro canto è in questo senso che sta andando la direzione della domanda: sono sempre di più a Piacenza le iniziative legate ad associazioni tecniche e professionali nei più disparati settori (metalmecanica, siderurgica, salute, turismo, terziario, veterinaria, lavori pubblici), cosa che in passato non avveniva così frequentemente in quanto si privilegiavano i grandi centri. La propensione a maggiori e più rapidi spostamenti da parte degli operatori, la necessità di ottimizzare il proprio evento, sfruttando una migliore dislocazione e la convenienza dei servizi che una città come Piacenza offre (location per cene di gala, alberghi, ristoranti, facilità di spostamenti urbani), senza tralasciare l'efficace attività di scouting e di relazioni intrapresa in questi anni da Piacenza Expo, sono tutti elementi che hanno portato alla definizione di accordi strategici con importanti partner a livello nazionale ed alla realizzazione di nuovi eventi».