

Baccaglini: «Auto in fiera, serve un piano di rilancio»

Ultimi preparativi per la rassegna **"Auto e moto d'epoca"**, il più importante evento della Fiera che ogni anno richiama in città almeno 120 mila visitatori. Il "timoniere" Mario **Baccaglini** spiega che l'indotto va dalle 4 alle 7 volte il fatturato, qui intorno ai 4 milioni di euro. A Padova si muovono 20 milioni di euro. «Ma potrebbero essere 40 se convincessimo i visitatori a rimanere a Padova non solo per la manifestazione - sottolinea **Baccaglini** - . Come? Facendo sistema, ovvio. Dicendo un anno prima che insieme alla fiera troveranno una grande mostra, Giotto e i suoi capolavori, del cibo unico ed eventi di classe».



Giaccon e L.Piva
alle pagine IV e V

FIERA Attesi 120 mila visitatori per **"Auto e moto d'epoca"**

Il Salone del lusso «Un piano per Auto d'epoca»

► **Baccaglini**: «Se facciamo sistema l'indotto per il territorio, ► «Ogni anno ci vuole una grande mostra come Belzoni negozi, alberghi e ristoranti, può arrivare fino a 40 milioni» che inviterà il visitatore a portare pure la moglie e i figli»

L'APPELLO

PADOVA Bisogna riaggiornare il detto. Padova è famosa nel mondo per il Santo, Giotto e... Auto d'epoca. La mostra che si apre fra 18 giorni in fiera, dal 24 al 27 ottobre, in oltre trent'anni è diventata un richiamo mondiale per gente facoltosa e anche no. Lo scorso anno furono 120 mila i visitatori. Per la città è la fiera dell'anno, non ci sono dubbi. Non solo per la visibilità internazionale ma anche per i guadagni. In periodo di fiera non si trova un albergo libero nel raggio di 50 chilometri, molti dormono a Treviso, portando indotto anche fuori territorio.

IL MARKETING

Il "timoniere" Mario **Baccaglini** ribadisce che secondo studi americani l'indotto va dalle 4 alle 7 volte il fatturato, qui intorno ai 4 milioni di euro. A Padova si muovono 20 milioni di euro. «Ma potrebbero essere 40 se convincessimo i visitatori a rimanere a Padova non solo per la manifestazione». E come? «Facendo sistema, ovvio.

Dicendo un anno prima che insieme alla fiera troveranno una grande mostra, Giotto e i suoi capolavori, del cibo unico ed eventi di classe. Vede, quest'anno apre il 25 la mostra su Belzoni. È un caso che deve diventare sistemico. Ci vuole una grande mostra di contorno ogni anno. Questo porterà qualche visitatore a invitare anche i figli o la moglie. Non è meglio averne tre invece che uno? È un indotto immediato. Viziamoli dunque».

Eppure facciamo fatica. «Sotto questo punto di vista non c'è ancora integrazione con il salone. Dovremmo lavorare sul marchio: Padova città della passione per l'auto. Non solo quella d'epoca ma anche quella moderna. In Fiera ci sarà una raccolta unica di Ferrari barchetta, cose che nessuno ha mai visto. Perché sono le fiere di taglia piccola e di molta qualità quelle che stanno funzionando, danno più emozione». Eppure il "fuori fiera" di quest'anno non è emozionante.

«Bisogna lavorare in questa

direzione con un programma che parta alla fine di questa edizione per la quale comunque debbo fin d'ora ringraziare il Comune e la Camera di Commercio per lo sforzo economico sostenuto».

IL SALONE

Auto e moto d'epoca anche quest'anno ha fatto il suo. Prima di tutto "Rosse in abito da corsa" per la prima volta al mondo riunite le "barchette" da sogno Ferrari. Dalla 166 MM alla nuova Monza SP. Poi cinquemila modelli storici in vendita, dalle Rolls Royce e Bentley degli anni 20 alle grandi sportive degli anni 50 e 60 come Mercedes 300 SL e Ferrari Daytona, alle piccole ma ricercate utilitarie che hanno fatto la storia della mobilità. È il salone dove ognuno può trovare l'auto d'epoca che lo fa emozionare e che riporta alla luce i ricordi più belli, con una scelta che spazia tra diversi marchi, modelli, epoche e fasce di prezzo. Da quest'anno, inoltre, il settore dei commercianti cresce di ben 2.000 metri quadrati all'inter-

no del Padiglione 15.

Fra le novità la prestigiosa casa d'aste Finarte, specializzata in oggetti da collezione dal 1959. Finarte esporrà auto e oggetti rari e preziosi per tutta la durata del salone e batterà l'asta venerdì 25. Tra le anteprime la "barnfind" Maserati 3500 GT Touring del 1961 che fu usata da Juan Manuel Fangio durante i suoi soggiorni in Italia. Vastissima, come ogni anno, l'offerta dei ricambi.

Tra i musei Nicolis di Verona con la Lancia Flaminia "Super Sport Zagato" del 1965 e il Mauro di Torino, il quale porterà a Padova una vera pioniera delle grandi imprese automobilistiche: la Itala 35/45 HP che vinse nel 1907 l'incredibile raid da Pechino a Parigi attraversando, in soli 60 giorni, un percorso fatto di deserti e mulattiere lungo oltre 16mila chilometri.

Mauro Giacom



BACCAGLINI È l'ideatore e l'organizzazione della fiera dell'anno per la città diventata un brand mondiale

«DAL 24 AL 27 OTTOBRE ARRIVANO CLIENTI RICCHI DA TUTTO IL MONDO, LA CITTÀ DEVE VIZIARLI CON UN'OFFERTA DI ALTO LIVELLO»



IL RICHIAMO Il patron di **Auto e moto d'epoca** Mario **Baccaglini** chiede agli enti pubblici di fare sistema con il salone, circostanza che raddoppierebbe fino a 40 milioni di euro l'indotto della fiera



I soci pubblici: «Strategia in 3 anni per collegare il turismo agli eventi»

► La Fiera immobiliare investirà 1,4 milioni

Il presidente Santocono: «Occhi sulla Germania»

► L'assessore Colasio: «Stiamo sostenendo

pubblicità su televisioni e riviste internazionali»

LE REAZIONI

PADOVA Come hanno preso gli attori istituzionali la provocazione-appello di Mario **Baccaglioni**? Risponde per primo Antonio Santocono presidente di Fiera immobiliare, in mano a Comune, Provincia e Camera di Commercio. «Prima di tutto bisogna comprendere che la proprietà è ritornata in mano pubblica solamente a luglio di quest'anno, quindi operativamente da settembre. Questo nessuno lo ricorda mai».

SANTOCONO

«In secondo luogo direi che mai come quest'anno i soci pubblici si sono mobilitati per lanciare l'evento **Auto e moto d'epoca**, stanziando anche un cospicuo budget e anche qualche categoria come Ascom sta spingendo forte». Inutile chiedere al presidente di quanto si tratta, non lo rivelerà mai. Ma possiamo dire che era lo stesso che era stato previsto di dare a Geo per la promozione, ovvero 1,4 milioni di euro che ha l'obiettivo di offrire pacchetti turistici che uniscano alla visita in fiera anche percorsi enogastronomici e culturali. «È un investimento, di cui non confermo l'entità, che si spalma su tre anni e che prevede un lancio a livello pubblicitario molto consistente, che legghi la fiera

alla città. Basti pensare che quest'anno ad esempio è stato fatto un inserto sulla stampa tedesca, molto ben fatto perché non parlava solo di automobili ma proprio delle bellezze di Padova. Siamo consci che porta un forte indotto».

Una strategia che prevede anche altro? «Certo. Dobbiamo organizzare altre fiere per fare un contorno forte a questa, in modo che il visitatore torni: attrazione totale. Per questo stiamo lavorando pesantemente. E non escludo nemmeno l'acquisizione di fiere appena nate da poter sviluppare, dal momento che occorrono cinque anni per stabilizzare una manifestazione. Ci faremo aiutare anche dall'Università per lo studio».

COLASIO

Sul versante culturale risponde l'assessore alla Cultura del Comune, Andrea Colasio. «Direi che mai come quest'anno abbiamo collaborato in modo proficuo soprattutto sul lancio della manifestazione, sostenendo con pubblicità su riviste nazionali ed estere e spot in televisione sia il salone che la mostra su Belzoni in contemporanea. E non dimentichiamo che nello stesso fine settimana aprirà anche la mostra sugli impressionisti a palazzo Zabarella. Abbiamo investito parecchio anche per il fuori fiera che speriamo di vedere. Insomma il contenuto

del salone è attorniato da due grandi mostre internazionali che hanno tutto l'appel per trattenere i visitatori. C'è tutto per far scattare la scintilla che faccia visitare anche Padova».

BRESSA

Il mondo economico e del commercio resta una sponda fondamentale in questo senso. L'assessore al Commercio, Antonio Bressa sta impostando un lavoro a lungo termine. «Proprio a breve avrò una riunione con il direttore della Fiera, Veronesi, per impostare un format per i "fuori fiera" di ogni manifestazione. Ci proponiamo insomma un modello che possa coinvolgere la città e la provincia ad ogni maxi evento, non solo per **Auto e moto d'epoca**. Capisco il ragionamento di **Baccaglioni** che mira ad offrire al visitatore della mostra una "esperienza" a Padova. Noi abbiamo tutto l'interesse perché si alimenti l'indotto. Ma dev'essere la fiera stessa a portarci dei contenuti che possiamo spalmare in centro storico». A questo proposito sembra però che il fuori-fiera del salone sarà limitato ad un aperitivo esclusivo a palazzo della Regione il mercoledì. Resta infatti ancora in stand-by la presenza di teche con auto che hanno fatto la storia delle corse.

M.G.

BRESSA, COMMERCIO:
«STIAMO STUDIANDO
CON VIA TOMMASEO
UN FORMATO
PER LE INIZIATIVE
IN CENTRO STORICO»

NELLA SETTIMANA
DEDICATA AI MOTORI
ANCHE VAN GOGH
MONET E DEGAS
CON FONDAZIONE BANO
A PALAZZO ZABARELLA



PROTAGONISTI Da sinistra il presidente della Camera di Commercio Antonio Santocono, l'assessore al Commercio Antonio Bressa e alla Cultura Andrea Colasio



Gli albergatori: «Promozione da esportare alle Terme e anche fuori dalla provincia»

L'INDOTTO

PADOVA Il rombo dei motori d'epoca scalda il cuore degli albergatori. Che benedicono la prevista presenza di almeno 120 mila visitatori alla rassegna padovana. L'abbinamento fra la passione per i vecchi marchi e modelli, la storia delle più prestigiose marche automobilistiche è stato insomma più che mai azzeccato. Lo confermano un visibile incremento delle presenze negli hotel delle Terme ed il già registrato overbooking in quelli cittadini. Tanto da suscitare una soddisfazione al limite dell'entusiasmo da parte dei vertici delle associazioni imprenditoriali alberghiere.

BOARETTO

«Era da tempo – osserva il presidente di Federalberghi delle Terme Emanuele Boaretto – che non si assisteva ad un fenomeno del genere. Le ricadute positive si sono viste immediatamente in termini di presenze di clientele disposte ad abbinare la passione per i motori a quelle per il relax ed il benessere nei nostri alberghi. Gli operatori sono quindi soddisfattissimi. Mentre a noi non resta che esprimere la nostra soddisfazione nei confronti dell'amministrazione padovana che ha saputo incrementare il richiamo, nazionale ed internazionale, anche dal punto di vista dell'indotto di un appuntamento destinato a collocarsi al top degli eventi espositivi».

La soddisfazione di Federalberghi, si manifesta anche innanzi al profilo tipico dei visitatori della mostra. Accanto ai tanti appassionati, non mancano infatti acquirenti di rarità automobilistiche appartenenti a quelle

fasce di clientela raffinata ed esigente che si sente a casa propria nei quattro e cinque stelle di Abano e Montegrotto. «Sarebbe il massimo – ha rac-

comandato Boaretto – se la mostra potesse conoscere anche delle "appendici" in zona termale, in modo tale da rendere l'abbinamento fra automobilismo e turismo più stretto».

SORANZO

Proprio l'idea che eventi come la grande kermesse delle auto d'epoca possano in futuro abbandonare Padova rappresenta la il cruccio nascosto degli imprenditori degli hotel. «Ci spezzerebbe davvero il cuore – afferma infatti Monica Soranzo, vertice di Padova Hotels Federalberghi Ascom – se la mostra delle auto d'epoca un domani abbandonasse la nostra città per assenza di spazi o di prospettive di sviluppo. Verrebbe a ripetersi il danno subito dalle infrastrutture turistiche di qualche anno fa, quando gli albergatori videro con disappunto mostre importanti essere accolte con contenenza dai concorrenti di altre città venete. Finalmente con l'evento attesa in Fiera nelle prossime settimane si misura l'importanza di una ricaduta positiva che tocca non solo gli alberghi, ma anche bar e ristoranti, segnando anche in questo settore una ripresa dell'economia».

Cento dunque di questi eventi, secondo lo slogan coniato dagli albergatori davanti al successo delle auto d'epoca. Che si concretizzerebbe non solo offrendo sede ideale a nuovi eventi, ma potenziando la ricaduta di quelli esistenti. Un esempio? «Assicurando un coinvolgimento extra regionale alla Fiera delle Parole e riportando agli antichi splendori eventi come il Florimart – suggerisce ancora Monica Soranzo – si darebbe continuità ad una "filiera" davvero salutare per l'economia cittadina. Basta insomma replicare la strategia vincente messa in atto

nell'abbinamento fra turismo e motori».

Lucio Piva

**HOTEL GIÀ ESAURITI,
GLI OPERATORI: «DOBBIAMO
ASSICURARE A QUESTA
CLIENTELA RAFFINATA
ED ESIGENTE IL MEGLIO
DELLA PROGRAMMAZIONE»**



GLI ALBERGATORI Emanuele Boaretto e Monica Soranzo chiedono maggiore coinvolgimento del settore



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.