

## Strategie Artusi: stand anche virtuali Fiera, una tv online per la sfida Expo

MILANO — È nel settore dei nuovi mezzi di comunicazione che sta puntando **Fiera Milano**, che ha da poco chiuso la semestrale con ricavi in aumento del 17% (191 milioni di euro). Internet e giornali specializzati, sono alcune aree a cui l'amministratore delegato **Claudio Artusi**, si è dedicato negli ultimi tempi. Per proporre una «business relationship platform» che ha già acquisito società editoriali («Edizioni Specializzate Spa», «Media management holding») e si concentrerà su una televisione della fiera. L'azienda (controllata per il 62% da Fondazione **Fiera Milano**) vuole investire infatti in una tv digitale via web, che faccia da copertina alle iniziative del polo. «Ci stiamo guardando intorno per una partnership con una piattaforma digitale — continua Artusi — sarà una tv interattiva in cui potranno trovare spazio tutti i nostri espositori». Nessuna indiscrezione sui nomi, ma già la Bitchanneltv, la tv online della borsa internazionale del turismo, è



Claudio Artusi

collegata con Youtube. Sull'onda tecnologica sarà «aggiornato» presto il piano industriale e nel «giro di due mesi — ha specificato l'amministratore delegato — allocheremo un bell'ammontare di investimenti in questa direzione». Superati i momenti di crisi che l'ad definisce «formativi», l'azienda sta godendo dell'effetto Expo, seppur, nel progetto del 2015 si limiterà a un ruolo «logistico» e non di «business». Continuano anche gli accordi per l'internazionalizzazione, verso Emirati Arabi, Corea, Turchia e Brasile, dove Artusi sta viaggiando molto: l'accordo con Fiera di Hannover per la costituzione di una società mista in Cina del valore di 8,8 milioni va in questa direzione. E anche in India ha negoziato una joint venture con Hannover che partirà entro novembre. «Il sogno — dice Artusi — è di avere sei fiere Milano in giro per il mondo con stesso business e identità connesse alle esigenze dei rispettivi mercati».

**Corinna De Cesare**

