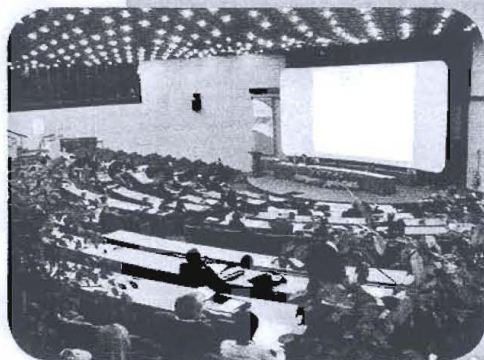


FIRENZE FIERA, BOOM DI CONGRESSI



Storico il primo, poliedrico il secondo, prestigiosa la terza. Sono il Palazzo dei Congressi, il Palazzo degli Affari e la Fortezza da Basso, tre strutture complementari che insieme costituiscono gli spazi di Firenze Fiera Congress & Exhibition Center, la cittadella congressuale del capoluogo toscano. Centro che, tra i più importanti e attrezzati d'Italia, nel primo semestre dell'anno ha conosciuto una forte ripresa del volume di affari, specie nel settore congressuale. «Al 30 giugno 2007 il fatturato dei congressi è stato superiore a quello di tutto il 2006 (5.354.000 euro contro 5.271.000 dell'anno precedente). Il picco massimo si è registrato a marzo con 36 eventi (di cui 5 internazionali) per un totale di 12.832 partecipanti. Sono dati che ci regalano un grande ottimismo», commenta **Alberto Bruschini**, amministratore delegato di Firenze Fiera Congress & Exhibition Center.

Importante il costante rinnovo delle strutture: la nuova reception di 200 mq di Palazzo degli Affari, **inaugurata a maggio, è dotata di quattro monitor al plasma che forniscono in tempo reale le informazioni relative ai lavori che si svolgono nelle sale del Centro Affari e del Palazzo dei Congressi, dove è già operativo il sistema wireless. È il primo intervento di un importante progetto di automazione multimediale, che porterà alla gestione centralizzata dei sistemi audiovisivi di Auditorium, Sala Verde e Palazzo degli Affari, affidato al gruppo Tecnoconference-TC Group da gennaio 2007 fornitore in esclusiva dei servizi tecnici di Firenze Fiera.** Risale a giugno, invece, l'approvazione da parte dal consiglio comunale del **Piano unitario della Fortezza**, che prevede l'abbattimento dei padiglioni abusivi, la creazione di 20.000 mq di spazi in più e la sistemazione di tutti i vecchi padiglioni. A lavori conclusi, che dovrebbero durare almeno **cinque anni** per una spesa stimata intorno ai 50-55 milioni di euro, sarà quasi tutto percorribile il camminamento sulle mura. Interessanti anche i progetti di marketing. «Anche se l'italiano resta il nostro mercato principale, abbiamo deciso dal 2007 di puntare su quello inglese, mediante l'organizzazione di visite, workshop ed educational. Si tratta di un bacino reso ulteriormente appetibile dal potenziamento dei collegamenti aerei da Firenze e Pisa».