

# Photo & Digital Expo 2006, un successo!

Sfatando le pessimistiche previsioni di alcuni detrattori, ancora una volta Roma si è dimostrata una grande "piazza" per il mercato imaging facendo da sfondo allo straordinario risultato segnato dalla prima edizione del nuovo evento che porta la firma di Publifiere



I Photo & Digital Expo 2006 di Roma ha chiuso i suoi padiglioni dopo tre giorni intensissimi che hanno segnato un incredibile successo per la manifestazione. Quasi 43 mila visitatori, di cui oltre 30 mila operatori professionali e fotografi, hanno definitivamente chiuso la

polemica legata al fatto se valga la pena o meno organizzare un evento dedicato al mercato fotografico nella Capitale. Infatti, come in molti si ricorderanno, da tempo i membri dell'**Aif - Associazione Italiana Foto & Digital Imaging**, proprietaria del marchio **Photoshow** e promotri-

ce della fiera annuale che raccolse l'eredità del Sicof, si trovavano in disaccordo su diversi aspetti legati all'importante evento espositivo. Molti dei punti messi in discussione sono elementi sostanziali come la periodicità, la città ospite e, dulcis in fundo, addirittura il target di riferi-





mento. Alcune aziende sostengono la necessità di modificare il Photoshow e trasformarlo in una manifestazione "business to business" riservata esclusivamente agli operatori di settore, mentre altri vorrebbero potenziare il lato spettacolare e sottolineare ancora di più l'anima consumer dell'evento. Se per quanto riguarda quest'ultimo aspetto non sono state prese decisioni concrete, un cambiamento radicale su periodicità e location invece è stato definito e così il Photoshow è diventato biennale e con sede a Milano.

Le reazioni ovviamente non si sono fatte attendere, in particolare da parte di Publi-fiere, la società che da sempre gestisce l'organizzazione del Photoshow, che ha rapidamente messo in cantiere un succedaneo della fiera firmata Aif battezzandolo appunto **Photo & Digital Expo**, evento che ha mantenuto le date e la collocazione (presso i padiglioni della Fiera di Roma) del Photoshow in versione romana e al quale, tra l'altro, hanno comunque partecipato aziende Aif.

Il giorno dell'inaugurazione, e ancora prima, nelle settimane che hanno preceduto il salone, le perplessità erano naturalmente molte e i detrattori si sono scatenati a profetizzare un fiasco clamoroso per il Photo & Digital Expo e invece si è puntualmente verificato il contrario: *la fiera dell'imaging è stata un successo e non solo per l'incremento di visitatori rispetto alla passata edizione capitolina, ma anche per il riscontro che gli espositori hanno avuto in termini di contatti utili e di qualità di pubblico.* Insomma è stata una fiera affollata, piena di proposte interessanti per quanto riguardava i prodotti in mostra e soprattutto vivace. Dal momento che in questo caso il regolamento studiato per il Photoshow dall'Aif non si applicava (è previsto che gli stand delle aziende Aif abbiano posizioni preferenziali ma con metrature simili e allestimenti piuttosto omogenei), le aziende hanno potuto sbizzarrirsi mostrando la loro personalità e il meglio della loro capacità comunicativa. Ad esempio coinvolgente e di eccezionale impatto la struttura **Nital**

che ospitava il bob della nazionale jamaicana sponsorizzato Fiat, modelle e una vera e propria postazione radio che trasmetteva musica: due infaticabili dj hanno intrattenuto quasi senza sosta il pubblico con giochi, gadget e trovate. Imponente lo stand **HP** composto da isole dedicate alle varie attività imaging professionali e amatoriali in cui i visitatori trovavano promoter qualificati a illustrare le performance dei vari prodotti. Nello stand HP inoltre era parcheggiato nientemeno che un gigantesco camion blu all'interno del quale era in funzione un vero e proprio laboratorio di stampa attrezzato con il possente sistema HP Indigo Press.

Ovviamente giocato tutto sui toni del verde e in gran parte dedicato ai Mondiali di calcio il vastissimo stand **Fujifilm**, in cui convivevano sobrietà e linee high tech e in cui le ampie aree

dedicate alla presentazione dei prodotti destinati al grande pubblico convivevano con le sale open space per le riunioni con gli addetti ai lavori.

Minimalista e dedicato in prevalenza ai fotografi dal palato fine lo stand **Fowa** in cui convivevano tutte le anime della celeberrima azienda di Torino e in cui il pubblico in pellegrinaggio davanti alle meraviglie del sistema Hasselblad H hanno potuto scoprire la nuova partnership con **Panasonic** (in occasione della fiera è stata infatti annunciato il nuovo importante accordo commerciale fra Fowa e il colosso nipponico).

Sempre visitatissimo l'elegante spazio **Nokia**, che ricostruiva un salotto ipertecnologico in cui i cameraphone dell'azienda finlandese dominavano la scena diventando il centro multimediale della casa.

Indubbiamente ben focalizzata la presenza di **Sanyo** che ha realizzato uno spazio in cui veniva enfatizzato con grande efficacia il suo grande interesse per l'alta definizione.

Di impatto anche il poliedrico stand **Epson**



all'interno del quale è stato sottolineato ancora una volta il feeling forte che lega i fotografi a questo celeberrimo marchio. Naturalmente molte altre aziende hanno dedicato risorse ingenti all'allestimento di soluzioni espositive efficacissime e ne hanno tratto notevole giovamento in quanto a visibilità. Da non dimenticare poi i padiglioni occupati dagli esperti "professionali" dove hanno lavorato bene società di grande calibro (da **Dedem** a **Durst**, da **SMI Group** a **Oblò Multimedia**, da **Mitsubishi** a **Joy Pictures**, da **Bogen Imaging Italia** a **Infoto**, da **Graphistudio** ad **Avid**) con installazioni ampie e ben curate anche se naturalmente più "tecniche" visto il loro target.

### ■ Un risultato eccellente

Contento il pubblico (anche se in molti si sono stupiti per qualche assenza illustre), soddisfatti gli espositori, entusiasti gli organizzatori che hanno sottolineato tra l'altro l'eccezionale riscontro che i media hanno dato al Photo & Digital Expo e alle tecnologie digitali che vi hanno sfilato (sono stati numerosi i servizi su quotidiani e periodici locali, ed eccezionale la co-

pertura da parte dei telegiornali nazionali TG1, TG2, TG3 e TG4).

«Il successo della manifestazione è sotto gli occhi di tutti ed è dichiarato in primis dalle aziende che più che nelle altre edizioni hanno espresso la loro soddisfazione - ha sottolineato Fabio Ustignani. Ciò dimostra che la fiera continua ad essere lo strumento più adatto per fare business. Noi ne siamo convinti e abbiamo tenuto duro anche se ci sono stati momenti difficili. Alla fine la parte espositiva era pressochè completa. Il secondo fattore rilevante è la concretezza del pubblico: nella giornata di sabato sono andati "bruciati" tutti i buoni d'ordine delle aziende il che significa che gli operatori sono tornati a fare business. Se poi aggiungiamo anche il forte risalto che i media che hanno dato alla manifestazione, ciò significa che abbiamo lavorato bene prima e durante l'evento».

Positivo e critico allo stesso tempo il parere del Presidente Nazionale dell'Ascofoto Dario Bossi che ha commentato: «sono stato da sempre uno dei sostenitori della tappa romana della nostra fiera e l'eccellente successo dell'edizione 2006 conferma senza ombra di dubbio la ne-

cessità di programmare un evento nella Capitale. È un bacino importante non solo per i visitatori e gli operatori di settore che provengono dalla città, ma soprattutto per i tantissimi professionisti e negozianti del sud che come di consueto anche quest'anno sono arrivati a Roma numerosissimi soprattutto dalla Puglia, dalla Calabria e dalla Sicilia. Mi stupisce che alcune importanti aziende abbiano votato per ridurre il Photoshow all'unico appuntamento milanese, non capendo il limite di una tale decisione. Infine mi dispiace che alcune aziende non abbiano supportato con il giusto entusiasmo il Photo & Digital Expo, una preziosa occasione persa. Mi auguro che per la prossima edizione del Photoshow che si svolgerà dal 30 marzo all'1 aprile 2007 nei padiglioni di Fiera Milano ci sarà maggiore chiarezza e una maggiore determinazione nel presentarsi al pubblico in grande forma».

Vi diamo appuntamento sul prossimo numero di Foto-Notiziario con il primo dei due servizi dedicati alle novità presentate al Photo & Digital Expo 2006.

Per maggiori informazioni sull'azienda consultare il

Chi è 2005/06

a pag. 211