

Creattiva, prima trasferta bresciana positiva



Fo
rt
em
en
te
vo
lu
ta



dagli organizzatori e dalle imprese più caparbie del settore, Brescia Creattiva ha retto bene l'urto del Covid. La manifestazione nazionale di Promoberg dedicata alla filiera delle arti manuali, come ha sottolineato l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia, Alessandro Mattinzoli, ha avuto il coraggio di affrontare il mercato in un periodo a dir poco complicato per il settore fieristico, stretto tra le normative anti virus e la prudenza delle persone. Ciò ha portato a posticipare al prossimo anno una percentuale molto elevata di manifestazioni, mentre per altre è arrivato l'annullamento. Brescia Creattiva, al contrario, è una delle poche fiere "in presenza" allestite nel post lockdown. Letti in tale contesto, i dati registrati dalla prima edizione allestita al Brixia Forum sono senz'altro positivi. Alle circa 150 imprese in rappresentanza di tredici regioni italiane e sette paesi stranieri presenti sui 12mila metri quadrati del polo fieristico di Brescia, si aggiungono infatti le circa 15mila appassionati che hanno visitato nei quattro giorni la manifestazione, molte delle quali giunte da fuori regione. Un dato, quello del pubblico, che non può essere confrontato con quelli delle scorse edizioni di Creattiva perché, come sappiamo bene tutti, la pandemia ha stravolto le vite di tutti e nulla può essere (almeno nel breve periodo) più come prima. Volendo tutelare la salute di

espositori e pubblico, nel progettare la manifestazione Promoberg ha ampliato gli spazi delle corsie e degli stand (ciò ha influito sulla riduzione del numero delle imprese), e, nel contempo, ha introdotto l'ingresso contingentato (non oltre le 4.500 persone) per garantire il distanziamento tra le persone e consentire alle stesse una visita in tranquillità.

“Sappiamo bene che organizzare fiere nelle condizioni attuali è tremendamente complicato – commentano Fabio Sannino e Carlo Conte, rispettivamente presidente di Promoberg e Project manager della manifestazione -. Sapevamo anche che molte imprese della filiera erano agli sgoccioli e che se non avessimo dato loro l'opportunità di poter ricominciare a vendere i frutti delle loro attività, per molte di esse il rischio concreto era chiudere o ridurre il personale. Gli espositori hanno apprezzato lo sforzo messo in atto da Promoberg così come il pubblico quello delle imprese in merito all'area espositiva (il meglio del settore, con molte novità) e al calendario degli eventi collaterali (centinaia, tra laboratori, corsi e dimostrazioni); non ultime, le misure adottate a tutela della salute. Siamo soddisfatti della risposta di entrambi, imprese e pubblico. Ora ripartiamo da questo primo ma fondamentale passo – conclude Sannino -, consapevoli che sarà una ripartenza da gestire con la massima attenzione e responsabilità. Le imprese, pur all'interno dei paletti delle normative, hanno bisogno di tornare in attività. Il nostro ruolo è quello di sostenerle per aiutarle a promuovere al meglio i loro prodotti e servizi, in particolare nei momenti difficili”.