



UTILITAS REI PUBLICAE VINCAT

STAZIONE VERDE COLLI



**PROGETTO DI TRASFORMAZIONE DELLE EX CASERME STAVECO-D'AZEGLIO
IN POLO VERDE RICREATIVO CON MINI EXPO' DELLE ECCELLENZE**

2011-2018 © Associazione dei Piccoli Azionisti del Gruppo Hera

STAZIONE VERDE COLLI



UNA COLLINA IN FIERA

STAZIONE VERDE COLLI



UN PARCO E UNA FIERA IN PIAZZA

STAZIONE VERDE COLLI



**IL CENTRO CITTA' HA BISOGNO DI SPAZI VERDI,
PARCHEGGI, SERVIZI E LA FIERA VA INNOVATA**

PERCHE' UNA **MINI FIERA** **NEL VERDE**

- 1. VIVIAMO DI EXPORT:** la Regione si sostiene grazie alle ns. aziende medio piccole che lavorano nel mondo
- 2. COMPETIZIONE A LIVELLO GLOBALE:** le ns. realtà sono in concorrenza con colossi stranieri che si trovano in città di milioni di abitanti dotate di servizi ed infrastrutture
- 3. SISTEMA TERRITORIO:** il buyer che sceglie in quale fiera recarsi guarda l'attrattività della venue come importanza della piazza, come logistica e come relax after show
- 4. VALORE AGGIUNTO:** il territorio ha il dovere di facilitare la capacità commerciale creando luoghi ospitali e unici

STAZIONE VERDE COLLI



RULE #1: CUSTOMER ALWAYS FIRST

...E FUORI BOLOGNA COSA HANNO FATTO GLI ALTRI ?



LET'S SEE

LONDON HYDE PARK 253 HECTARES



KUALA LUMPUR CENTRAL PARK 20 HE



FRANKFURT GRUNEBURG CITYPARK 29 HE



TOKIO HAMA RIKYU 25 HE



SINGAPORE GARDENS BY THE BAY 101 HE



MUNCHEN ENGLISHER GARTEN 373 HE



ZAGREB MAKSIMIR PARK 316 HECTARES



1. VISIONE

1. PENSARE IN GRANDE: il corporate business globale succede nelle piazze che sono al top

2. IMMAGINE UNICA: possiamo competere sull'unicità della venue non sulle dimensioni

3. PER BUON SENSO: il posto d'onore si dà all'ospite, ricevuto in modo istituzionale. Pochi clienti visitatori corporate offrono una ricaduta di gran lunga superiore a tantissimi turisti mordi e fuggi che intasano la città

2. LEGITTIMAZIONE

1. METODO: si parte dai bisogni dei cittadini.

Radendo al suolo i capannoni fatiscenti e **creando un parco di 9 ettari**, con annesso **parcheggio interrato**, si soddisfano i bisogni dei cittadini. In cambio 3 ettari van dati a chi paga (bonifica, realizzazione parco e parcheggi), per farci un mini expò.

2. MERITO: meglio pochi visitatori ma buoni, ossia che portano grana.

La ns. città è piccola: è meglio ospitare **100 clienti corporate che spendono 50mila euro a testa portando una ricaduta di 5 milioni di euro rispetto a 5.000 turisti** che intasano la città con viaggi organizzati (100 pullman da 50 pax) che spendono se va bene in media 30 euro a testa fornendo una ricaduta di appena 150mila euro. **3 clienti corporate valgono 5.000 turisti mordi e fuggi, dando meno problemi di logistica.**

3. MENTALITA': puntiamo al livello alto, per tre motivi: 1. il progetto cambierebbe il volto alla città portandola ad un rango di respiro globale. 2. Passeremmo da un'economia del cappuccino con pizze e souvenir con una ricaduta giornaliera di 150k ad un'economia dell'industria con una ricaduta di 30 volte superiore.

3. La ns. città non è grande come Roma, Milano, Venezia e Firenze che han tanti spazi per ospitare il codazzo di turisti con guida ed ombrellino. Forse evitando la folla mordi e fuggi guadagneremmo in stile e sobrietà: insomma qualità, non quantità.

MILANO PARCO SEMPIONE 38 HE



3. CONCEPT

- 1. ECCELLENZE REGIONALI:** la Regione crea tanti *“avamposti vetrina”* sulla Via Emilia
- 2. VIA EMILIA A COLORI:** ciascuno espone il proprio saper fare in una cornice d’incanto stendendo al cliente una guida verde bianca e rossa: immagine, sostanza ed emozione
- 3. DI BUONA FAMIGLIA:** col prodotto si vende un modo, un sistema territorio, un’anima

CATANZARO PARCO DELLA BIODIVERSITA' 60 HE



4. RATIO

1. PROGETTO GIUSTO: sono anni che in città non si fa un qualcosa di veramente bello

2. EVITA LA COLATA: il progetto alternativo comporta l'ennesima colata irreversibile

3. COERENZA : l'Ag. del Demanio valorizza da un punto di vista economico e sociale l'area

ALESSANDRIA CITTADELLA 60 HE



5. PROMOTORI

- 1. REGIONE E-R: coordina il territorio in chiave policentrica equilibrando gli interessi**
- 2. MAJOR LOCALI: solo un'alleanza tra big può fare succedere qualcosa di Grande**
- 3. CITTA' METRO: il cliente visitatore ha una ricaduta maggiore del turista mordi e fuggi. Il compito della CM è di invitarlo, accoglierlo, farlo star bene e fare in modo che torni**

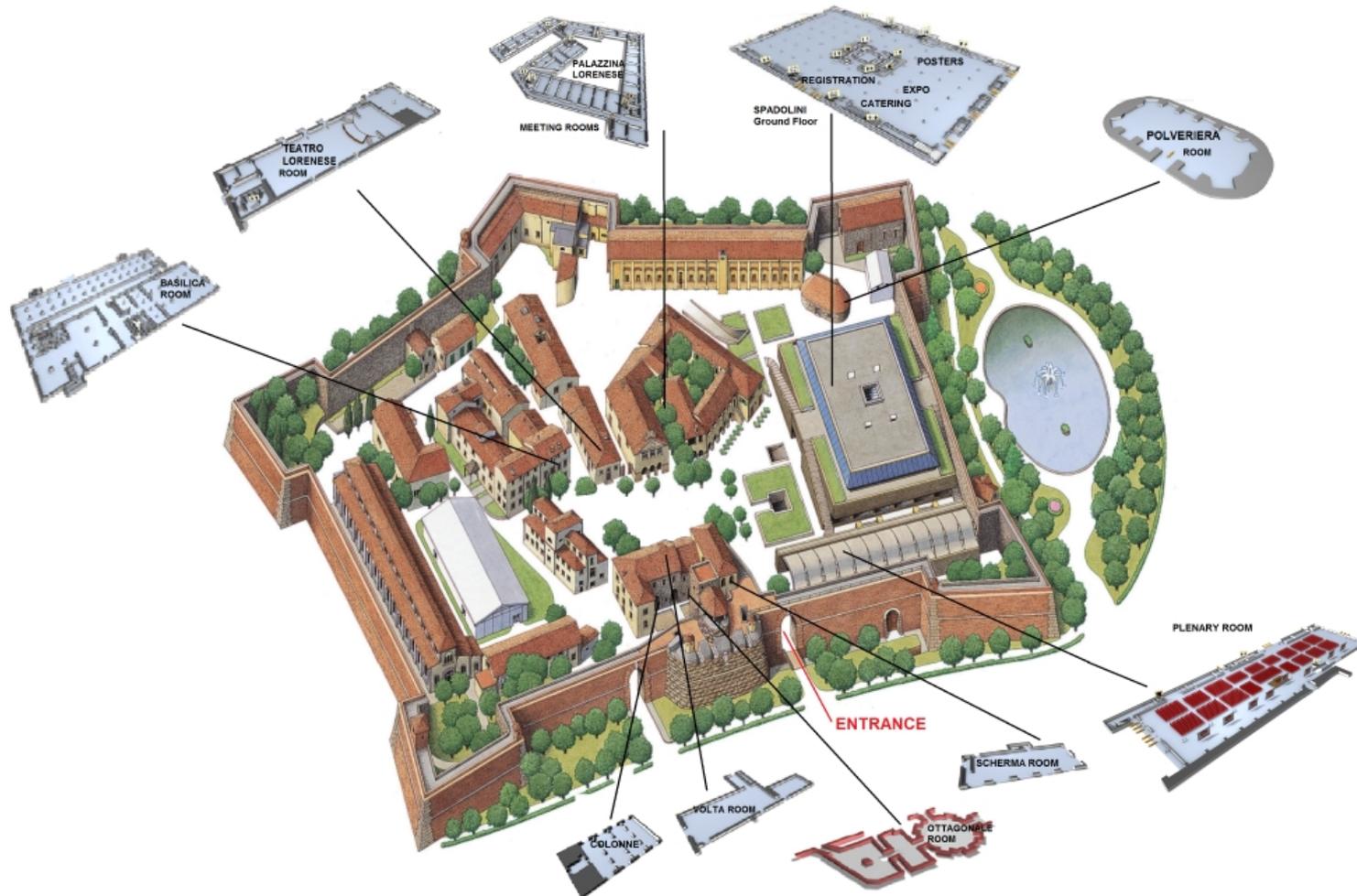
PARMA PARCO DUCALE 20 HE



PARMA PARCO CITTADELLA 12 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE

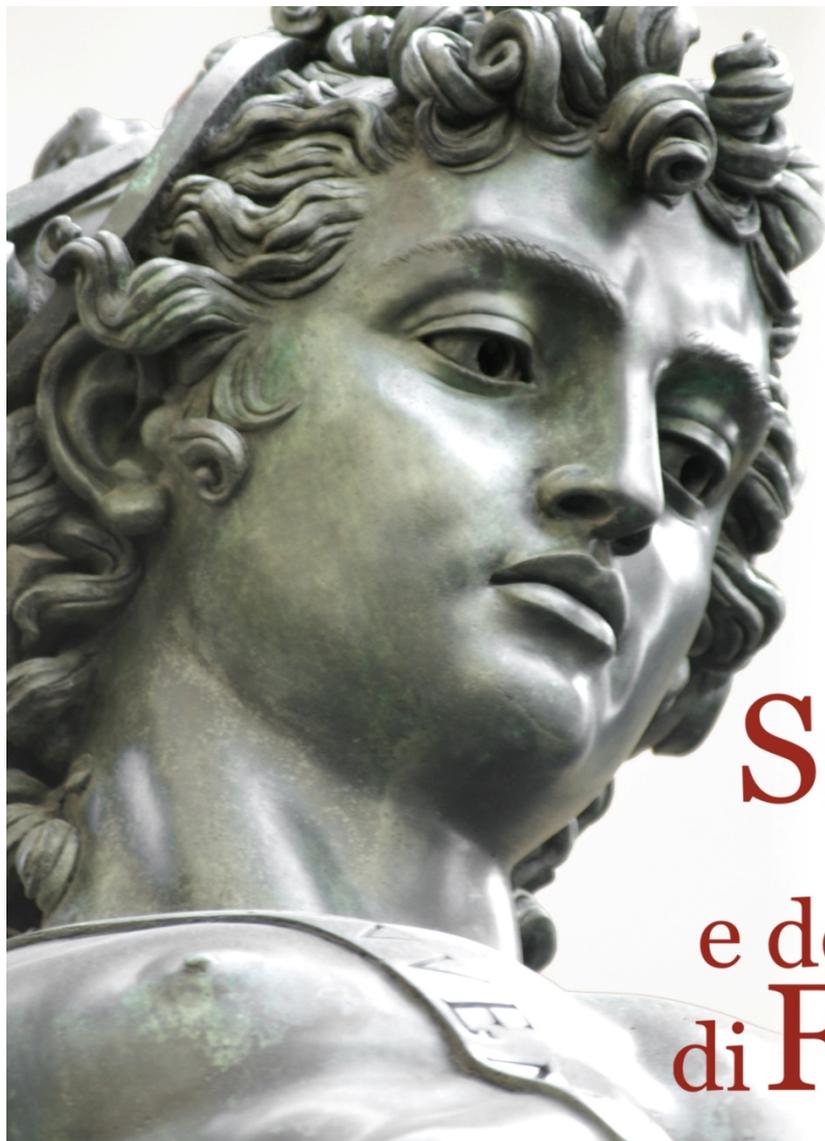
Toscana News 24 08/01/2014 Rossi promette 80 milioni per la Fortezza da Basso

Firenze. In occasione di Pitti Immagine 85 e del rilancio, per la verità mai trascurato, del made in Italy nel mondo, il presidente della Regione Toscana, Enrico Rossi, ha parlato dei piani per il futuro della Fortezza da Basso, **ormai divenuta il polo espositivo più importante di Firenze.**

“Interverremo con un investimento di circa 80 milioni di euro perché la Fortezza sia messa a posto e possa ospitare tutte le manifestazioni della moda – ha spiegato Rossi – a marzo presenteremo un cronoprogramma di investimenti per la Fortezza”. “Entro il 2014 occorre scaglionare gli investimenti necessari, perché in un colpo solo non ce la faremo, non solo dal punto di vista economico ma anche dell’esecuzione dei lavori, affinché nell’arco di qualche anno tutta quanta la struttura fieristica sia rinnovata e fruibile”, ha spiegato.

“La struttura fieristica, così dentro la città di Firenze e la sua bellezza, non è un limite ma è un valore a livello mondiale. Se questa Regione è in piedi – ha poi concluso il presidente toscano – lo dobbiamo in buona misura alla presenza di un settore moda dinamico”.

FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



Firenze
Cenacolo di Santa Croce
9 novembre 2016
Fortezza da Basso
10-11 novembre 2016

Salone
dell'Arte
e del Restauro
di Firenze®

FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE

Firenze Today 12/01/2016 Fiera, Nardella: “Nel 2016 inizio dei lavori alla Fortezza da Basso” Il progetto è stato elaborato direttamente dai **Servizi Tecnici del Comune** con una **stima presunta di costi di 142 milioni di euro**

„Non possono esserci **manifestazioni e strategie** di successo se non vi sono le strutture e le infrastrutture necessarie perché i contenuti possano avere il massimo risalto possibile - ha detto il sindaco Dario Nardella -. La casa di Pitti, la Fortezza da Basso, è uno dei simboli del patrimonio culturale internazionale e in questi mesi sono stati fatti importanti passi in avanti per il restauro e la valorizzazione: **il 2016 è l'anno in cui inizieranno** i lavori. La riqualificazione del complesso fieristico è una grande missione pubblica aperta al mondo delle imprese e della moda.

“I tempi sono stretti, dobbiamo fare presto perché **siamo consapevoli** che il futuro della moda a Firenze non è solo un obiettivo dei fiorentini ma di tutta Italia”.

Il progetto è stato elaborato direttamente dai Servizi Tecnici del Comune con una stima presunta di costi di 142 milioni di euro, di cui 66 milioni per i padiglioni Spadolini e Cavaniglia, più parte delle mura, 76 milioni per gli altri padiglioni, gli spazi esterni, bastioni e camminamento. **Le ipotesi sulle azioni e le metodologie conservative sono state elaborate** anche sulla base dei risultati dell'analisi condotta **in collaborazione con l'Istituto geografico militare, l'università di Firenze e il Consiglio nazionale delle ricerche**“

FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 9 HE



6. UN TRENO DA NON PERDERE

1. VIVIAMO DI EXPORT: la Regione si sostiene in larga parte anche grazie alle ns. aziende che lavorano nel mondo

2. COMPETIZIONE' GLOBALE: il ns. tessuto di piccole e medie aziende è spesso in concorrenza con colossi stranieri che si trovano in città di milioni di abitanti

3. SISTEMA TERRITORIO: il buyer che sceglie in quale fiera recarsi guarda l'attrattività della venue come importanza della piazza, come logistica e come after fair

4. VALORE AGGIUNTO: il territorio ha il dovere di facilitare il commercio creando luoghi ospitali e di bellezza unica

MESSE FRANKFURT



**DOBBIAMO COSTRUIRE UNA VENUE
PER CONCORRERE CON GRANDI CAPITALI**

MESSE MUNCHEN



**SULLA DIMENSIONE E SULLA LOGISTICA
NON POSSIAMO COMPETERE**

HANNOVER MESSE



EAST®
Power the world

HANNOVER

24-28, April 2017 Booth No.: Hall 13 A23
Venue: Messagelände, D-30521 Hannover

HANNOVER MESSE

Free eTicket for you
Here is the link for HANNOVER MESSE eTicket registration website:
<http://www.ceb.it/de/ticketregistration?Rmfzpxehxp5qxt>

**SULLA DIMENSIONE E SULLA LOGISTICA
NON POSSIAMO COMPETERE**

STAVECO 12 HECTARES



LETS GO