

## Comunicato stampa n. 19/'11

**EXA cala il sipario sulla trentesima edizione che ha saputo regalare momenti emozionanti e di festa per tutti gli espositori. Molte le novità proposte dall'organizzazione per rendere speciali i festeggiamenti del trentesimo anniversario. Ci si rivede il prossimo anno dal 14 al 17 aprile 2012.**

Brescia 12 aprile 2011 – sin dalle prime giornate della 30ª edizione dell'anniversario di EXA si è confermata la percezione di un incremento dei visitatori in linea con una tendenza ormai affermatosi da anni, un leggero calo per la giornata di domenica, sfavorita dalle temperature estive, subito recuperato nelle giornate di lunedì e martedì raggiungendo comunque i risultati dello scorso anno.

Questo risultato è confermato dagli operatori che vi vedono un importante riconoscimento nei riguardi del proprio lavoro e un forte segnale politico, sostenuto da un movimento di appassionati di armi che in Italia si è condensato in uno zoccolo numericamente stabile e consistente. Le prime dichiarazioni degli espositori giungono cariche di entusiasmo e ben auguranti per in previsione della prossima Exa 2012 che si svolgerà dal 14 al 17 aprile.

Il visitatore, che nella fiera bresciana trova una vetrina elegante e funzionale per osservare le novità del settore armi, è ricettivo ed entusiasta, consapevole ed informato, più selezionato rispetto al passato e anche quest'anno ha affollato in massa la fiera. Pietro Guerini, responsabile vendite di Tanfoglio, osserva come ci sia “più cultura, sapere e consapevolezza” tra i visitatori che visitano gli stand per farsi un'idea finale sugli acquisti che poi effettueranno tramite l'armeria. “L'incontro con il produttore serve a chiarire le ultime incertezze prima dell'acquisto, il pubblico è già orientato e consapevole”, aggiunge Francesco Corrà, amministratore delegato di Swarovski Optik. Il lavoro svolto negli anni passati per accrescere questa consapevolezza si è rivelato una scelta vincente; lo sottolineano Paolo Amadi di Euroarms che, nel campo delle ex ordinanza, lavora con grande rigore sul rispetto della congruità storica delle armi commercializzate e sulla diffusione della cultura storica nel settore armiero, così come le associazioni, in particolare quelle venatorie.

Gianluca Dall'Olio, presidente di Federcaccia, osserva come EXA, oltre “ad essere una vetrina delle culture artigianali e industriali, del saper fare bresciano nel mondo, è un momento fondamentale per promuovere iniziative culturali, in particolari sulla sicurezza e sull'etica comportamentale del cacciatore”. Nello specifico settore venatorio, “il ricambio generazionale è basso ma importantissimo perché le nuove generazioni e le donne, che stanno riprendendo interesse per il mondo della caccia, portano logiche di comportamento responsabile nei confronti della gestione dell'ambiente e contribuiscono a migliorare la percezione sociale dell'attività venatoria”. Ad EXA, molto si parla di rispetto di regole venatorie, sicurezza, consapevolezza e gestione del territorio. Etica dei comportamenti ed eco-sostenibilità è il messaggio lanciato da tanti tra cui Franchi, che quest'anno fornisce un'immagine di sé legata alla componente emozionale della caccia. Come ha ribadito Bruno Beccaria, direttore della

# EXA 2011

30ª Mostra Internazionale Armi Sportive, Security e Outdoor  
30<sup>th</sup> International Sporting Arms, Security, Outdoor Show

divisione Franchi, è importante “contribuire al movimento venatorio comunicando i messaggi giusti, legati alle tradizioni della cultura venatoria, al rispetto delle regole, alla caccia vissuta come un'esperienza che impone da parte del cacciatore il rispetto della natura”. “La caccia è un'esperienza emozionale persistente, quasi un fenomeno «virale» – osserva Roberto Massarotto, responsabile marketing e comunicazione di Benelli Armi – che pertanto difficilmente potrà estinguersi” ed è “forse l'ultimo fenomeno aggregativo di questo secolo”, aggiunge Marzio Maccacaro, direttore commerciale di Fiocchi. La caccia ha subito una forte riduzione in termine di praticanti che ha portato a selezionare una nuova figura di cacciatore e negli ultimi anni “è cresciuta la domanda di cultura venatoria da parte delle generazioni più giovani e consapevoli – osserva Pierangelo Pedersoli, presidente della fabbrica d'armi Davide Pedersoli e del Consorzio Armaioli Bresciani – e la spinta ad una esperienza più legata alla qualità che alla quantità, dove l'esercizio dello sport venatorio con armi ad avancarica o con l'arco fa sentire il cacciatore più compatibile con l'ambiente e la sua conservazione”.

I produttori d'armi della Valtrompia stanno affrontando la crisi senza dimenticare l'importante eredità del *made in Italy* che rappresentano. Lo fanno razionalizzando i processi produttivi, per ottenere economie e non dover riversare sull'utente finale gli aumenti dei costi industriali e delle materia prime, e non smettendo di investire in ricerca e sviluppo per mantenere lo spirito del prodotto italiano, che non può prescindere dai concetti di qualità e innovazione. Questo è lo spirito di Armi Perazzi, leader nella produzione di armi da tiro a volo, che dedica una rinnovata attenzione alla caccia con strumenti innovativi, così come di Rizzini, la cui filosofia – secondo le parole del presidente Battista Rizzini – “è quella di lavorare sulla qualità nella fase di progettazione, sulla tecnologia nel processo produttivo, sull'efficienza nel rapporto del cliente finale, cui non viene mai a mancare il servizio” post-vendita. Stesso principio che anima Benelli Armi, che del servizio fa un punto di forza e, nelle parole di Massarotto, conferma la propria vocazione alla qualità e all'innovazione, sempre animata da un atteggiamento propositivo che cerca di anticipare le esigenze dell'utente finale, e Zoli, il cui responsabile commerciale per l'Italia – Davide Mensi – osserva come “il continuo studio balistico e tecnologico, l'investimento nell'innovazione e l'assistenza del cliente siano le chiavi per affrontare il momento difficile.

In quest'ottica, una fiera come EXA mirata proprio alle esigenze dell'utente fornisce un contatto diretto e sempre proficuo con il fruitore finale delle armi”. Su questa stessa linea è Giovanna Fausti, responsabile marketing ed export di Stefano Fausti, che ribadisce come “il contatto con l'acquirente è importantissimo perché le abitudini d'acquisto si formano con il contatto diretto con il prodotto e il passaparola”, che rimane lo strumento più efficace per formare l'acquirente.

## FIERA DI BRESCIA

Ufficio Stampa - Tel. 030 34 63 473/495

[ufficiostampa@immobiliarefiera.it](mailto:ufficiostampa@immobiliarefiera.it)