

Fiere
Costruire sinergie
per i mercati esteri

— da pag. 21 a pag. 25

Emergenza Covid alle spalle: le fiere preparano la fase 2

Lo scenario. Il sistema espositivo fissa le direttrici di sviluppo: sinergie e internazionalizzazione, dove il primo obiettivo è condizione per attuare il secondo. Aefi chiede un tavolo per il settore

Danese (Aefi): «Superare la frammentarietà: se le fiere non si uniscono, si spengono»

Goldoni (Cfi): «Il settore è ripartito, ma per crescere occorre superare i campanilismi»

Giovanna Mancini

Uscite dall'emergenza delle chiusure e dei ristori, le fiere italiane si preparano ad affrontare la «fase 2», quella che il presidente dell'associazione nazionale Aefi, Maurizio Danese, ha definito «la fase della crescita, dello sviluppo e del rinnovamento della nostra industria». Che passa per due direttrici: sinergie e internazionalizzazione, dove la prima, di fatto, è premessa strategica per attuare la seconda.

Sinergie necessarie

«I tempi sono maturi per superare la frammentarietà in favore della competitività e per passare dal fare sistema all'essere sistema Paese – ha detto quelli in cui il made in Italy eccelle, e fornire gli strumenti per farli sviluppare al di là delle lotte di posizione e di campanile». Qualcosa si muove, come dimostrano i colloqui in corso di

Fiera Milano con Parma e con Firenze.

L'internazionalizzazione

Del resto lo stesso Patto per l'Export varato dal governo nel 2020, che aveva inserito l'industria fieristica tra i sei pilastri per lo sviluppo e l'internazionalizzazione del made in Italy, faceva esplicito riferimento alla necessità di una maggiore collaborazione tra i player nazionali e alle sinergie tra settori complementari per l'organizzazione all'estero di manifestazioni di filiera allargata. Alleanze tra quartieri o manifestazioni significa infatti unire le forze per rendere più appetibili a Danese –. Dobbiamo dare vita ad alleanze strategiche fondate sulle filiere industriali, in modo che i prodotti rimangano sul territorio e sia salvaguardato l'indotto che generano». Non è una precisazione banale: e non solo perché eventuali alleanze, fusioni o collaborazioni possono avere senso solo se hanno un carattere in-

dustriale, ma anche perché il mantenimento sul territorio dei “prodotti” (ovvero le manifestazioni) è condizione necessaria per far approvare dalle istituzioni locali (socio delle fiere) eventuali aggregazioni. Proprio per questo Aefi ha chiesto ai ministri dello Sviluppo economico e degli Affari esteri l'istituzione di un tavolo a cui far sedere i rappresentanti del mondo fieristico, gli stakeholders locali e i ministri. «Serve una regia a livello centrale», spiega Danese che, senza tanti giri di parole, aggiunge: «Se le fiere non si uniscono, secondo



Superficie 34 %

me si spengono».

Dello stesso avviso Massimo Goldoni, presidente di Comitato fiere industria (Cfi, che rappresenta gli organizzatori delle rassegne): «Adesso si gioca la partita della competitività a livello internazionale. Il settore è ripartito e anche molto bene, ma per crescere occorre superare i campanilismi: dobbiamo ragionare in termini di asset industriali, in particolare livello internazionale le fiere che si svolgono in Italia, ma anche creare manifestazioni all'estero in grado di competere con quelle che già oggi organizzano i concorrenti, in particolare i tedeschi. A onor del vero va detto che i principali gruppi fieristici italiani hanno utilizzato questi due anni di pandemia per investire sui processi di internazionalizzazione, stringendo partnership con player esteri, aprendo uffici sui mercati strategici e dando vita a nuove manifestazioni oltreconfine. Quello che tuttavia è mancato, fino a oggi, è un'azione unitaria per portare all'estero una o più fiere sotto il comune cappello Italia».

La ripartenza del settore

Pur ammassate dopo due anni di pandemia, le fiere italiane hanno infatti dimostrato non solo la loro capacità di resilienza, ma anche il loro ruolo decisivo nella generazione di business per le imprese, come testimonia dal grande ritorno di espositori e visitatori. Tanto che gli addetti ai lavori non escludono la possibilità di ritornare ai livelli pre-Covid prima del previsto. «Dipende molto da come andranno i prossimi mesi - dice Danese -. Purtroppo ci sono ancora molte incertezze legate a possibili recrudescenze della pandemia e alla guerra tra Russia e Ucraina. Ma alcuni attori potrebbero avvicinarsi ai livelli del 2019 già quest'anno e, sebbene l'Unione internazionale delle fiere

preveda un ritorno a quei livelli nel 2024 o fine 2023, è verosimile che questo possa accadere anche prima».

Il comparto ha subito perdite pesanti durante il Covid, stimate da Aefi in circa 250 milioni l'anno tra 2020 e 2021, solo in parte compensate dai ristori governativi (circa 240 milioni erogati per il 2020 e 73 nel 2021). Tuttavia, la robusta ripresa dall'autunno del 2021 infonde ottimismo agli operatori. Dall'inizio di quest'anno, nonostante la quarta ondata che ha costretto a rinviare le rassegne in calendario nei primi mesi dell'anno, si sono svolte in Italia 360 manifestazioni totali, di cui 144 di carattere internazionale, con risultati spesso superiori alle attese, soprattutto per quanto riguarda la partecipazione dall'estero.

Lo studio di Prometeia

Una conferma ulteriore dell'importanza delle fiere per l'economia arriva da una ricerca commissionata da Aefi a Prometeia e presentata a inizio giugno. Lo studio ha messo a confronto i bilanci 2012-2019 di 25 mila aziende espositrici con quelli di altrettante società che non hanno partecipato a fiere. Le prime hanno performance migliori rispetto al totale dell'economia italiana nel periodo considerato, con una crescita media annua del fatturato del 2% contro lo 0,3%. Le imprese espositrici hanno registrato un aumento cumulato delle vendite superiore del 12,6% rispetto a quelle che non fanno fiere, con un Ebitda cresciuto dello 0,7% in più. Inoltre il sistema fieristico italiano, prima della pandemia aveva un valore stimato di 1,4 miliardi di euro e attivava ogni anno, in modo diretto, un valore della produzione di 8,9 miliardi, che salgono a 22,5 miliardi di produzione e 10,6 di valore aggiunto considerando anche gli impatti indiretti e gli indotti, ovvero lo 0,7% del Pil nazionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

22,5 12,6

IL BUSINESS

Ogni anno le fiere italiane attivano un valore della produzione (diretto e indiretto) di 22,5 miliardi e 10,6 miliardi di valore aggiunto



LO SCARTO

Tra il 2012 e il 2019 le aziende che partecipano a fiere sono cresciute del 12,6% in più rispetto a quelle che non partecipano

MAURIZIO DANESE

Presidente Aefi (Associazione esposizioni e fiere italiane)



MASSIMO GOLDONI

Presidente Cfi (Comitato fiere industria di Confindustria)