

RAPPORTI

FIERE

LO STUDIO PROMETEIA-AEFI

Così la vetrina delle esposizioni dà una spinta alle imprese

Negli ultimi dieci anni la crescita delle aziende che hanno partecipato alle manifestazioni internazionali di agroalimentare, tecnologia ed edilizia-arredo è stata quasi doppia rispetto al trend dei comparti di riferimento

L'OPINIONE "IL RUOLO DELLE FIERE PER IL MADE IN ITALY"

Secondo il presidente di Aefi, Maurizio Danese, i dati dello studio dimostrano "il ruolo imprescindibile delle fiere nella promozione e nell'internazionalizzazione delle imprese e dei settori più rappresentativi del Made in Italy"

Sibilla Di Palma

Produce un fatturato di oltre un miliardo di euro, con un impatto sull'economia dei territori di 22,5 miliardi, e negli ultimi anni ha svolto un ruolo decisivo per la crescita delle imprese made in Italy. L'industria fieristica italiana è al centro di uno studio realizzato da Prometeia e Aefi, l'Associazione esposizioni e fiere italiane che conta circa 60 associati, in cui si sottolinea l'importanza delle grandi fiere internazionali per le performance delle nostre imprese. «La ricerca, realizzata in occasione dell'ultima Giornata mondiale delle fiere, ha dimostrato come le aziende che hanno partecipato alle manifestazioni internazionali relative ai settori agroalimentare, tecnologia ed edilizia-arredo, negli ultimi dieci anni hanno realizzato una crescita quasi doppia rispetto al trend generale dei comparti di riferimento», sottolinea Maurizio Danese, presidente di Aefi. L'indagine ha coinvolto un pa-

nel di 3.800 imprese che valgono il 25% del giro d'affari complessivo, dalle quali è arrivata una forte spinta all'incremento dei tre settori, con un'incidenza sulla crescita dei fatturati del 62%. In particolare, il contributo è stato di 26,4 miliardi su 47,1 nel settore della tecnologia (ovvero il 56% della crescita complessiva del settore), di 9,9 miliardi su 12,1 nell'agroalimentare (l'82% del totale) e di 2,4 miliardi su 3,2 nell'edilizia-arredo (75%).

Nel complesso queste imprese si sono caratterizzate, nello scorso decennio, per una performance di crescita decisamente più brillante rispetto alla media del settore di appartenenza (più 5% l'aumento medio annuo delle vendite contro il più 3%). Una differenza evidente soprattutto nell'agroalimentare (più 4,5% per le imprese espositrici, rispetto al 2,3% del settore) e nei comparti tecnologia (più 5,4% contro più 3,3%) ed edilizia-arredo (4,4% contro 3,1%). Nell'ambito del report è stata, inoltre, effettuata una simulazione per misurare il possibile contributo del sistema fieristico italiano alla crescita di questi tre settori del Made in Italy, partendo anche dal ruolo che potrebbe essere svolto dalle Pmi e da una loro maggiore adesione alle manifestazioni internazionali, in Italia e all'estero. Queste ultime appaiono infatti attualmente sotto-rappresentate nel sistema fieristico italiano.

In base al report, la partecipazione di 4.150 nuove piccole e medie realtà (con fatturato medio, nei tre settori analizzati, di circa 15 milioni di euro) alle fiere potrebbe portare nel periodo 2024-2026 al 6,3% il potenziale di crescita settoriale, a fronte del 5,7% stimato da Prometeia nel suo ultimo scenario di previsione.

Inoltre, queste Pmi potrebbero conseguire un fatturato di 5,7 miliardi di euro nel periodo 2024-2026, contro i 3,5 stimati da Prometeia in base all'evoluzione prospettica attesa nei rispettivi settori di appartenenza, con un'extra-crescita di fatturato nell'ordine del 4%. Per i tre macrosettori il rapporto stima, complessivamente, un'evoluzione positiva del fatturato al 2026 di oltre 50 miliardi di euro (più 5,7%), grazie soprattutto alle esportazioni, che cresceranno in valore dell'11% a fronte di un mercato interno poco più che stabile. Si tratta di dati che, secondo Danese, evidenziano «il ruolo imprescindibile delle fiere nella promozione e nel-

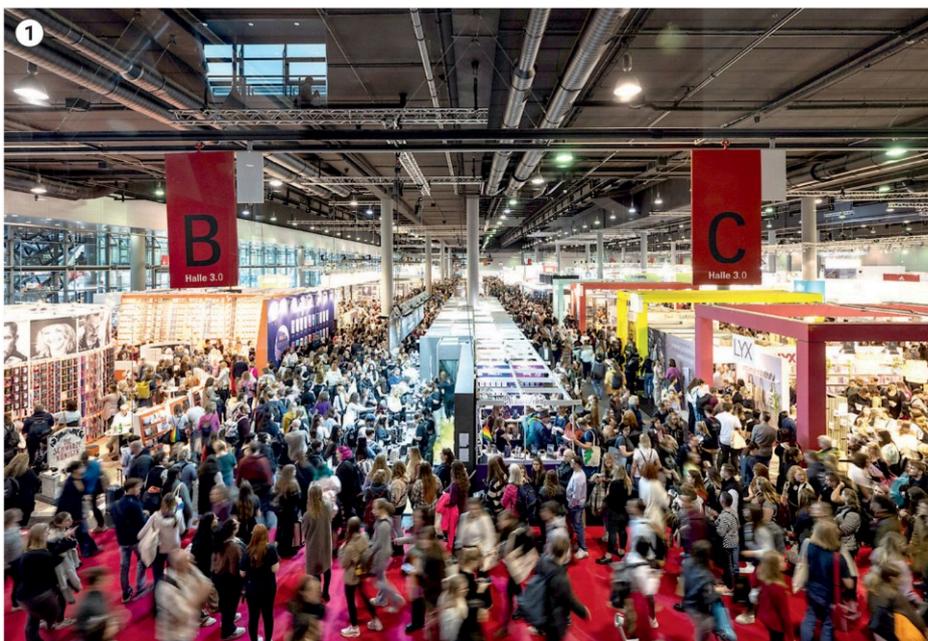
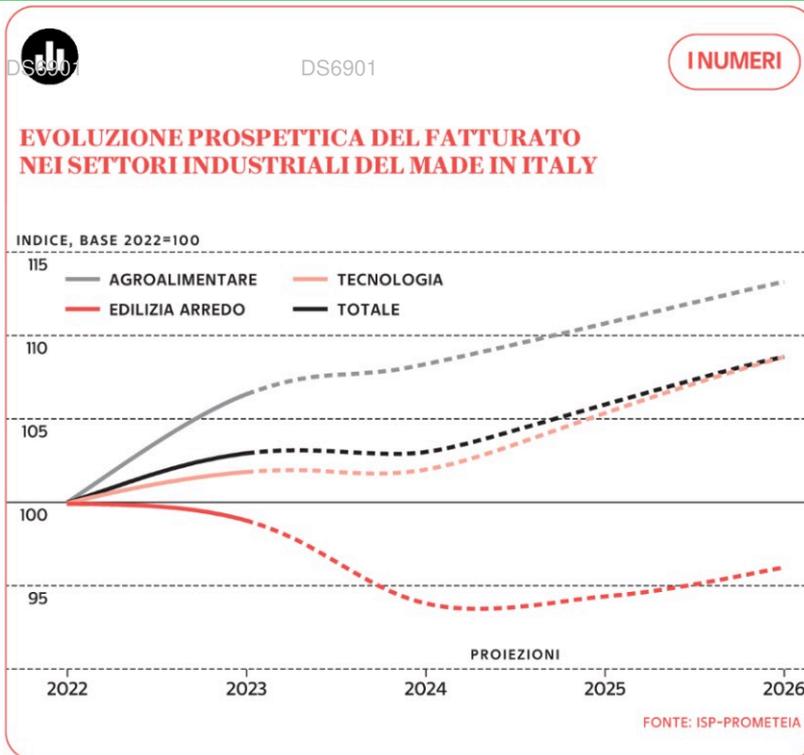


l'internazionalizzazione delle imprese e dei settori più rappresentativi del Made in Italy».

A questo proposito, aggiunge Danese, «l'internazionalizzazione in chiave bidirezionale è sicuramente l'obiettivo strategico dei principali player fieristici. Infatti, per potenziare la crescita delle aziende serve non solo aumentare il grado di internazionalizzazione delle manifestazioni che si realizzano in Italia, attraverso azioni di incoming profilito, ma anche garantire un posizionamento delle fiere sui mercati esteri, così da trainare le imprese. Su quest'ultimo punto, come Aefi, stiamo lavorando da tempo con il Governo per un piano di internazionalizzazione del sistema fieristico».

L'idea è, ad esempio, di promuovere possibili aggregazioni tra eventi leader del made in Italy per essere maggiormente presenti all'estero. Come Aefi, «dialoghiamo inoltre costantemente con tutti i referenti di governo competenti per materia, con i quali condividiamo l'obiettivo di sostenere le Pmi, anche attraverso l'industria fieristica. Le nostre istanze contemplano anche il supporto alla partecipazione alle fiere internazionali; richieste che poi si concretizzano attraverso la previsione di fondi e di agevolazioni messi in campo dalle agenzie istituzionali a favore delle piccole e medie imprese del nostro Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



① L'indagine ha coinvolto 3.800 imprese, che valgono il 25% del giro d'affari complessivo