

L'INTERVISTA

DS6901

DS6901

Le Fiere danno una spinta al fatturato delle imprese

Bonomi (Fiera Milano): "Gli enti devono unire le forze per sfidare i colossi stranieri. E serve maggiore coordinamento pubblico per il supporto alle aziende"

+13% 144

FATTURATI

Negli ultimi 12 anni, la partecipazione alle Fiere ha assicurato alle aziende una performance superiore del 13%

MILIONI

Nel primo semestre, Fiera Milano ha segnato ricavi per 144,4 milioni (+9,2%) e margine di 54,6 milioni (+31,2%)

Raffaele Ricciardi

«Negli ultimi anni l'economia italiana si è retta sull'export. Il rallentamento in atto

desta allarme, *in primis* per le crisi tedesca e dell'automotive. L'allargamento delle tensioni e quanto succederà negli Usa con l'elezione di Donald Trump meritano la massima attenzione». Carlo Bonomi, presidente di Fiera Milano, rimarca il filo rosso che tiene insieme la capacità del Made in Italy di farsi valere nel mondo e l'andamento economico del Paese.

Che ruolo hanno le Fiere per la prosperità delle nostre aziende?

«Negli ultimi dodici anni le imprese che hanno partecipato a Fiere internazionali hanno avuto una performance di fatturato di 13 punti percentuali superiore a quelle comparabili, che non hanno partecipato alle Fiere. Hanno dato un contributo decisivo all'economia».

Come sta andando l'anno?

«Sono orgoglioso della performance di Fiera Milano, considerando che durante il Covid, quando sono arrivato, ci si interrogava se le Fiere avrebbero avuto un futuro. Il 2023 si è chiuso con un bilancio storico. Siamo sestimi per dimensione al mondo, noni per ricavi e abbiamo il Centro

congressi più grande d'Europa. Anche quest'anno faremo numeri molto interessanti, pur essendo un "anno pari", con un numero minore di manifestazioni».

Cosa è rimasto del boom digitale della pandemia?

«Il Covid ha accelerato la trasformazione del modello di business. Oggi siamo una piattaforma che offre servizi integrati, in cui il digitale è una parte importante. Il nostro core business non è più l'affitto del metro quadrato, ma ci vengono richiesti servizi e tecnologie sempre più avanzate. In questo senso, stiamo anche rinnovando le infrastrutture al fine di ospitare eventi sempre più legati al mondo dell'entertainment».

A proposito, con l'inchiesta sul dossieraggio che riguarda Enrico Pazzali, presidente auto-sospeso della Fondazione che vi controlla, qual è il clima sotto i padiglioni?

«Facciamo chiarezza. È una vicenda che riguarda la sua azienda privata. Non coinvolge il nostro azionista di controllo e a maggior ragione non coinvolge la Spa, che è una quotata indipendente. Fondazione Fiera non ha poteri di controllo e di coordinamento su obiettivi e strategie della nostra società. Fiera Milano è un gioiello, sta facendo il suo business e anche i numeri di

Borsa ce lo riconoscono».

Portate investitori e clienti dall'estero in Italia. Ma voi guardate all'estero?

«Siamo una piattaforma a servizio della politica industriale del Paese e l'internazionalizzazione della nostra stessa società è fondamentale. Abbiamo società in Brasile e Sudafrica e joint venture in Cina, Singapore ed India. Tra i soci abbiamo numerosi fondi istituzionali stranieri, segno di credibilità internazionale».

In Italia, soprattutto al Centro-Nord, c'è una Fiera per campanile: è un modello che funziona ancora?

«È un problema nella misura in cui ci confrontiamo con competitor che sono dei colossi, dalla Germania alla Francia. Faccio un esempio: l'agrifood è una nostra eccellenza, ma le fiere più importanti del settore sono a Colonia e a Parigi. E lì gli espositori italiani sono tantissimi:



vuol dire che non stiamo facendo quel "sistema" che servirebbe e che è necessario un rafforzamento del sistema fieristico in tal senso. Ma non passa unicamente attraverso un consolidamento dei piccoli nei grandi operatori. Con Fiere di Parma, ad esempio, abbiamo messo insieme le caratteristiche forti di entrambi: l'eccellenza territoriale di Cibus e l'internazionalità di Milano. Così competiamo coi colossi esteri».

C'è molta parcellizzazione anche tra gli attori che dovrebbero supportare il Made in Italy nel mondo...

«È un tema doloroso. E figuriamoci cosa potrà accadere se l'internazionalizzazione diventerà un tema regionale. Serve maggiore efficienza amministrativa, magari attraverso un soggetto pubblico di coordinamento che dia una visione condivisa ai diversi attori».

Qual è il rapporto di una Fiera con il territorio?

«Consideri che per ogni euro che viene speso in Fiera Milano se ne producono quattro e se ne genera uno di valore aggiunto. Rappresentiamo il 3,5% del Pil dell'area metropolitana di Milano. Parliamo di oltre otto miliardi di impatto: dagli alberghi ai ristoranti, dai tassisti a chi monta gli stand al personale di sicurezza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DS6901

