

La strategia

Vetrina chiave del Paese dalle imprese all'arte



Dietro una delle straordinarie fiere italiane non c'è soltanto l'occasione per raccontare un settore, per portare in Italia grandi e piccole realtà internazionali della meccanica, dell'alimentare, del turismo.

Ogni evento si conferma come vetrina chiave del «Made in Italy» perché non solo ne esalta le grandi potenzialità produttive, ma ne valorizza la ricettività e la capacità di fare vetrina. Ma non solo ci sono Fiere che sanno valorizzare l'Italia anche con gli investimenti.

C'è addirittura una fiera che si fa mecenate per promuovere le opere di giovani artisti. È un'iniziativa del tutto nuova - ma che recupera una vecchia tradizione di Arte Fiera - quella di Bolognafiera che, in occasione della Fiera internazionale d'arte contemporanea, ha costituito un fondo di investimento di 100mila euro per acquisire opere delle giovani tendenze. Un primo passo, a cui ne seguiranno altri nei prossimi anni cercando di coinvolgere in questa iniziativa enti e collezionisti, fondi pubblici e privati.

Fiere d'Italia



Le rassegne fieristiche italiane dei mobili, della moda e del design o quelle dei macchinari industriali hanno un posto di enorme rilievo nel tessuto economico del Paese. Un motore che ogni anno genera un giro d'affari di un miliardo (tre miliardi con l'indotto) e che in questi ultimi tempi si confronta con la crisi globale. Il trend emerge dalla quattordicesima indagine congiunturale trimestrale sul Settore Fieristico italiano presentata da Aefi (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane).

Lo studio è stato condotto sugli ultimi due trimestri dell'anno passato. I numeri del terzo trimestre 2012 confermano che il rallentamento che caratterizza l'economia italiana ha effetti sul sistema fieristico generando estrema incertezza. Tali indicazioni caratterizzano anche le previsioni relative al quarto trimestre 2012 anche se non manca comunque una valutazione positiva circa la possibilità di un aumento della superficie occupata e del numero dei visitatori.

«Questo è il periodo in cui si inizia a registrare il maggior contraccolpo - dice Ettore RIELLO, Presidente di Aefi-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane che spiega: «Dal 2007 a oggi,

La forza del sistema

Milano fa acquisizioni importanti tutte le realtà crescono e il mondo fiera genera ogni anno un giro d'affari che raggiunge i tre miliardi

i metri quadrati venduti sono diminuiti, alcuni player incontrano difficoltà e anche il numero dei visitatori ha subito una flessione. Il che rappresenta una criticità per il sistema Paese, poiché attraverso le fiere a carattere internazionale passa una consi-

stante quota dell'export italiano. Lo strumento «fiera» è l'unico mezzo di promozione sui mercati esteri per tre imprese industriali su quattro e per l'88% delle Pmi. Soprattutto per quelle che vogliono affrontare Paesi lontani e con culture diverse, le fiere rap-

presentano un elemento strategico per lo sviluppo dell'export e per la promozione del Made in Italy, ma la coscienza di questo non è ancora sufficientemente diffusa tra le istituzioni».

La ricetta? «Per reagire alla crisi è importante rinnovarsi, adattare i format delle manifestazioni alle nuove esigenze, innovare e puntare sull'internazionalizzazione» dice il Presidente di Aefi. Non mancano le novità su questo fronte: Fiera Milano, polo leader in Italia, ha realizzato alcune acquisizioni all'estero, l'ultima delle quali è stata il 75% dell'operatore fieristico cinese Worldex Newco, con in portafoglio quattro manifestazioni nell'agroalimentare, nell'ospitalità professionale e nella tecnologia

per il risparmio energetico. Anche Verona Fiere guarda di più all'estero come chiave per crescere maggiormente anche in Italia. Nel 2013 conterà eventi in nove Paesi. Presidio, innovazione dei prodotti e nuove rassegne in Italia, società proprie, partnership e joint venture sul fronte internazionale, sono i cardini dell'attività di Verona Fiere nell'aggiornamento del Piano industriale 2012-2016 che punta a 100milioni di ricavi in 4 anni, dagli 80 del 2012.

Ma nuove opportunità arrivano anche da Aefi che ha da poco lanciato il progetto di certificazione di qualità delle manifestazioni internazionali. Valorizza e qualifica all'estero l'offerta fieristica italiana favorendo la certificazione dei dati fieristici secondo i criteri internazionalmente. «Si tratta di una innovazione che pone il nostro Paese al più elevato livello di rigore ed affidabilità tra i vigenti sistemi internazionali» spiega RIELLO che aggiunge: «Serve sostegno al comparto con concretezza e azioni di sistema, definizione dei diversi ruoli con una chiara distribuzione dei compiti tra fiere, Ice, Camere di Commercio e Regioni, supporto economico e azioni congiunte per una strategia finalizzata all'armonizzazione dei calendari».

Speciale

LA STAMPA

MERCLEDÌ 23 GENNAIO 2013