

FIERE

La congiuntura

Il business frena ma il settore regge

Patrimoni solidi

Indagine Leanus su 37 enti del settore: fatturato a 777 milioni, buona redditività, scarsa liquidità

PAGINA A CURA DI Emanuele Scarci

Il sistema fieristico italiano passa l'esame di economia: il business è decisamente stagnante ma la redditività industriale rimane buona, i quartieri hanno una discreta dotazione di capitale proprio anche se sono un po' a corto di liquidità. È questa la fotografia scattata da Leanus, piattaforma di elaborazione di bilanci pubblici.

L'analisi di Leanus sui bilanci 2011 (la più completa finora realizzata, in anteprima per Il Sole 24 Ore) coinvolge 37 società fieristiche su 65 quartieri, distribuite in 17 regioni. Le 26 escluse dall'analisi si caratterizzano per cifre d'affari minime (inferiori a 4 milioni) e in molti casi per l'impossibilità di reperire i bilanci. Emerge che il fatturato dell'universo fieristico è stato di circa 777 milioni con un Mol di poco più di 100 milioni e quindi una buona redditività industriale: il 13 per cento. Ma il dato positivo è un altro: il patrimonio netto è di 726 milioni (per lo più immobili) a fronte di debiti verso banche per 385 milioni. Insomma il patrimonio è circa il doppio dei debiti ma la liquidità è limitata, una sessantina di milioni. «La crescita del settore è scarsa – commenta Alessandro Fischetti, amministratore di L'imprenditore srl che controlla Leanus – anche se il margine industriale è ottimo. Discreto l'equilibrio patrimoniale ed economico. L'utile del 2011 è negativo per una quindicina di milioni, il 2%, ma non è significativo». Nella classifica di Leanus sono compresi giganti come Fiera Milano e Bolognafiere e quartieri microscopici come Faenza Fiere, Lucca Fiere, Vaprio

D'Adda e Valenza Expo che fatturano meno di un milione d'euro. I Big 8 generano l'84% dei ricavi; i medi quartieri hanno una maggiore disponibilità di liquidità (15% del totale) mentre i "piccoli" hanno più debiti (il 17% di quelli complessivi). A livello di singoli quartieri, tra i big spicca il Mol di Verona (18,03 milioni), Vicenza (6,95) e Bologna (8,13) e la patrimonializzazione di Bologna, Verona, Rimini e Arezzo. Le più performanti per utile netto sono Vicenza (1,4 milioni) e Bolzano (275mila euro) mentre Roma è la peggiore (-65%) sia per utile che per patrimonio netto negativo.

«La crisi del sistema economico italiano – sottolinea Paolo Lombardi, ex presidente della Fiera di Genova e con un passato in Federlegno e Federtessile – ha condizionato pesantemente, soprattutto nel quarto trimestre 2012, l'attività delle fiere che dipende direttamente dall'andamento generale degli affari. Non a caso l'anno scorso il numero delle mostre nei quartieri Big 8 è calato e presumibilmente si replicherà nel 2013». Difatti le brutte notizie non finiscono mai: dopo la chiusura dell'Ente Fiera di Messina sono sul tappeto la liquidazione della Fiera di Trieste e quella delle Marche (creata nel 2011 per coordinare la gestione dei quartieri di Pesaro, Ancona e Civitanova). C'è però chi va controcorrente: si è costituita un'Associazione Fiera di Pescara per progettare un quartiere nel capoluogo d'Abruzzo, regione nella quale ci sono già tre poli. Esiste un progetto per un quartiere ad Aosta, unica regione, insieme al Molise, finora priva di padiglioni espositivi.

L'andamento nel 2012

Milano, Bologna e Verona le roccaforti del sistema

Al top Vinitaly e Fieracavalli, I Saloni, Cosmoprof, Cersaie, Micam e Lineapelle - In crisi il Nautico

Offrono ma tengono le posizioni le Big ten italiane più internazionali, gli appuntamenti fieristici che giocano in "Champions league".

Nel 2012 hanno fatto bene Vinitaly e Fieracavalli di Verona, I Saloni di Milano, Cosmoprof e Cersaie di Bologna. Hanno tenuto, sia pure con perdite, Micam di Milano e Lineapelle di Bologna mentre hanno continuato a perdere terreno Expocomfort e Mido di Milano e, soprattutto, il Salone nautico di Genova. Nel complesso il 2012, secondo i dati di Edifis, si è chiuso con 750 mila mq venduti (esclusa Expocomfort che è biennale) contro i 760 mila del 2011, praticamente senza variazioni significative. Le grandi fieretricolori hanno confermato il loro appeal a livello europeo e la capacità di reggere il confronto con i competitori globali che si stanno sviluppando nei mercati asiatici.

Le merceologie? Si tratta di prodotti industriali (cuoio e pellame, piastrelle, strumenti e tecnologie per la climatizzazione), beni durevoli (arredamento, nautica), prodotti per la persona (occhialeria, cosmesi, calzature), beni di consumo e per il tempo libero (vino, cavalli). Tra i pesi massimi dei Big ten, l'interesse per I Saloni l'anno scorso ha stupito (143 mila mq e 33 mila visitatori) soprattutto in conside-

razione del trend economico molto negativo segnalato dagli operatori, e che continua anche oggi. Un evento che, al di là dei numeri, si è confermato il punto di riferimento mondiale dell'abitare e del design.

Vinitaly, invece, ha raccolto anche i frutti derivanti da un momento magico per l'export di vino italiano. Infatti (forse anche per la nuova formula su 4 giorni, dalla domenica al mercoledì) il numero di visitatori professionali esteri è schizzato, insieme agli operatori del canale Horeca (hotel, ristorazione, bar) italiano. In concreto, i gestori di Veronafiere hanno dichiarato oltre 140 mila visitatori provenienti da 120 Paesi. Con una quota di quelli esteri attestata al 35% del totale. Insieme al ritorno di americani e canadesi, e alla conferma massiccia dei tedeschi, si sono affacciati all'annuale scaligerina i Paesi emergenti asiatici con la Cina che è entrata nella classifica dei Top 10.

Conferma anche per Cosmoprof che ha esportato la manifestazione in Asia e negli Usa. L'ultima edizione bolognese ha mantenuto le superfici vendute (93 mila mq e 2.320 espositori) con una crescita, dichiarata dall'organizzatore Sogecos, del 5% degli espositori stranieri e dei visitatori internazionali, oltre i 40 mila. Per la prossima edizione (a marzo) le novità riguardano il recupero della centralità del B2B con focalizzazione sul target primario – espositori, buyer e visitatori professionali – attraverso iniziative fra le quali la revisione totale del layout della manifestazione e un rafforzamento del programma International buyers delegation.

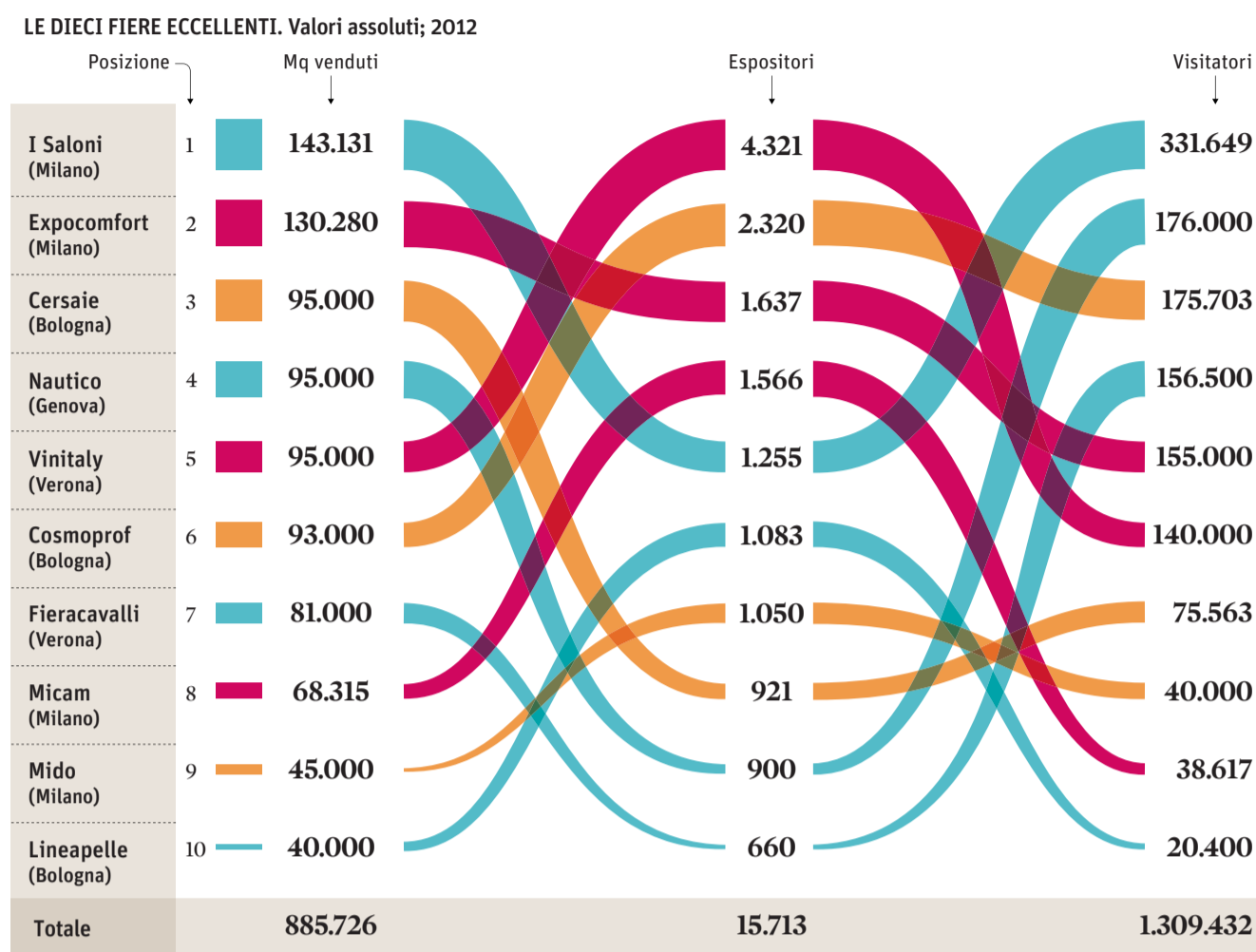
Più difficoltà invece per Expocomfort (impiantistica per riscaldamento ed energie rinnovabili) che, da un'edizione all'altra, ha perso 30 mila mq e il 20% degli espositori (dati dell'organizzatore Reed Exhibitions). Le difficoltà dell'edilizia a livello europeo fanno sentire il loro peso. Lo stesso vale per l'industria della nautica, da tempo in apnea. Tanto che in Europa dal 2008 si è registrata una perdita di oltre 46 mila posti di lavoro e una contrazione del fatturato di 3,4 miliardi. Così il glorioso Salone genovese è passato da 150 mila mq venduti del 2008 a 95 mila e gli espositori da 1.400 a novecento.

100

Il Mol in milioni

Sul fatturato complessivo dell'universo fieristico preso in esame da Leanus (37 enti fieristici) pari a 777 milioni nel 2011, il margine operativo lordo è risultato di poco superiore a 100 milioni: una buona redditività industriale, intorno al 13%

L'identikit degli enti e delle manifestazioni



CLASSIFICA FIERE. Dati in euro; 2011	Fatturato	Var. % sul 2010	Patrimonio netto
MILANO FIERA	291.702.000	+9,7	70.666.000
BOLOGNA FIERE	101.297.608	-7,6	177.974.953
VERONA FIERA	86.313.732	-4,4	n.d.
RIMINI FIERA	71.297.383	-9,8	149.043.754
VICENZA FIERA	29.896.531	+10,5	12.705.176
GENOVA FIERA	29.334.505	+23,7	26.327.026
PARMA FIERA	25.998.448	-14,1	26.826.872
ROMA FIERA	22.343.240	-33,6	50.130
FIRENZE FIERA	14.447.563	-8,0	25.100.881
PADOVA FIERE	13.766.707	-13,1	8.232.687
RIVA DEL GARDA FIERECONGRESSI	12.616.693	-1,7	1.550.825
BOLZANO FIERA	8.848.573	-2,9	35.818.334
CREMONA FIERE	5.908.956	+20,2	8.158.289
AREZZO FIERE E CONGRESSI	5.499.665	+24,2	39.332.851
MONTICHIARI CENTRO FIERA	5.302.973	-0,6	519.002
PORDENONE FIERE	4.582.959	-11,3	6.956.696
CARRARA FIERE	4.399.417	-31,5	1.057.602
BRIXIA EXPO - FIERA DI BRESCIA	4.110.214	+6,1	729.969
UDINE E GORIZIA FIERE	3.800.091	0,0	8.035.224
LINGOTTO FIERE	3.298.117	+1,7	1.388.505
CESENA FIERA	3.238.314	-2,6	2.741.193
EXPO VENICE	2.731.067	+37,7	840.938
MODENA FIERE	2.667.168	-31,3	1.263.321
VILLA ERBA	2.574.750	+0,9	19.710.879
FORLI FIERA	2.552.356	+58,9	6.360.969
PIACENZA EXPO	2.497.023	+5,1	12.827.073
LONGARONE FIERE	2.310.346	+4,1	944.143
GONZAGA MILLENARIA	2.122.789	+0,3	185.681
UMBRIAFIERE	2.071.908	-7,3	372.248
BERGAMO FIERA NUOVA	1.788.165	+20,5	7.314.781
FERRARA FIERE CONGRESSI	1.686.550	-10,8	157.293
MALPENSA FIERE	1.377.958	-6,5	1.058.744
VAPRIO D'ADDA	981.877	n.d.	10.658
VALENZA EXPO EVENTS	979.208	-27,9	30.520
MARCHE FIERE	853.258	+58,3	362.325
LUCCA FIERE & CONGRESSI	724.603	+277,5	5.455.572
FAENZA FIERE	691.748	-16,6	83.947

Fonte: Elaborazione Leanus su bilanci depositati

Uno strumento a servizio del marketing

Per certificare la qualità e i dati aperta la corsa agli incentivi

Un successo importante per il mondo delle fiere, non tanto nelle dimensioni quanto nel riconoscimento dell'interlocutore, Aefi e Cfi insieme. Il ministero dello Sviluppo economico ha stanziato 500 mila euro per incentivare la certificazione di qualità delle manifestazioni fieristiche internazionali. Una spinta per incentivare i quartieri e organizzatori ad allinearsi a una prassi

internazionale largamente condivisa: sono infatti 2.250 gli eventi globali certificati. Compresi alcuni che si svolgono in Russia. Di fatto oggi i dati resi su autodichiarazione di alcune manifestazioni vengono conosciuti per una questione di marketing, tuttavia ciò può creare diffidenza e disaffezione negli operatori. Le risorse del Mise saranno gestite attraverso le associazioni

del sistema fieristico con lo strumento delle convenzioni e destinate all'abbattimento del 50% dei costi (entro un tetto di 2 mila euro) sostenuti per i servizi di certificazione resi da enti abilitati da Accredia, l'ente italiano di accreditamento. «È stato un segnale di attenzione che abbiamo apprezzato – sostiene Franco Bianchi, segretario generale di Cfi, l'agenzia per le fiere specializzate di Confindustria – La certificazione, su base volontaria, qualifica all'estero la nostra offerta e alimenta la cultura della certificazione di prodotto e di processo come strumento di marketing internazionale».

GLI OPERATORI

Riello (Aefi) al governo: «Noi strategici per l'export»

Il prossimo governo dovrà riconoscere alle fiere il ruolo di leva strategica per l'export e strumento di politica economica: Ettore Riello, presidente di Aefi, l'Associazione che riunisce le fiere italiane, parla chiaro come al solito.

«Chiediamo concretezza e azioni di sistema – aggiunge Riello – chiarezza di ruoli con una lineare distribuzione dei compiti tra fiere, nuova Ice, Cdc e Regioni, supporto economico e azioni congiunte per una strategia finalizzata all'armonizzazione dei calendari».

È sempre valido l'obiettivo di un calendario condiviso?

È un tema rilevante e un equilibrio va cercato. La sinergia tra fiere è un argomento su cui tutto il sistema, istituzioni comprese, è chiamato a riflettere. Occorre una strategia unica per valorizzare l'intero comparto.

Cosa serve sul fronte delle fiere?
Un'alleanza forte, una compattezza associativa maggiore, un vero gioco di squadra in cui tutti, Milano compresa, seguano le stesse logiche e lavorino per gli interessi comuni.

Perché è fallito il tentativo di aggregazione tra Aefi e Cfi?

Il tema non è tramontato: il progetto mira a dare una svolta al Sistema e per questo il recente assetto politico ha rallentato la fase operativa.

Continuiamo però a immaginare una federazione tra Aefi e Cfi che possa aprirsi poi anche al mondo degli operatori, come gli allestitori. Con il supporto, già manifesto, di Confindustria e del suo impianto organizzativo.



Ettore Riello. Per il presidente di Aefi occorre un'alleanza forte all'interno di tutta categoria, per fare un vero gioco di squadra in cui tutti seguano le stesse logiche



Giandomenico Auricchio. Il presidente di Cfi chiede di riportare al governo il ruolo di regolamentare le manifestazioni con qualifica internazionale

Auricchio (Cfi): guida centrale per gli eventi

Ripartire in sede governativa la regolamentazione delle manifestazioni fieristiche con qualifica internazionale rimane al centro della politica di Cfi, l'agenzia confindustriale per le fiere. Il presidente, Gian Domenico Auricchio, fissa subito in agenda la ripresa del confronto con l'Esecutivo.

Il calendario condiviso non limita la libertà d'impresa?

No, perché la logica è dare un importante servizio alle imprese per accompagnarle nel processo di internazionalizzazione. **Perché non si è realizzata la "casa comune" tra Aefi e Cfi?**

Il processo di un più stretto collegamento intersocietario è passato attraverso alcuni obiettivi: cito ad esempio la certificazione dei dati fieristici ma il risultato politicamente più rilevante sta nelle proposte presentate da Aefi e Cfi agli Stati generali del commercio estero dell'ottobre 2011 in merito alla esigenza di riportare alla competenza ministeriale la regolamentazione delle fiere con qualifica internazionale mediante la riforma del Titolo V della Costituzione.

Le reazioni alla certificazione?

Positive. L'obiettivo comune è incentivarla attraverso un sostegno economico pubblico, nel quadro della diffusione internazionale della certificazione a tutela dell'utenza fieristica.