

marketing
Aziende

Scenari Il passaporto vincente per fare export nel mondo

Le **fiere** italiane tra settori e territori: dati, attività, iniziative. Un incontro a Roma, organizzato dall'associazione Aefi, per presentare cifre e operations del comparto fieristico italiano alla comunità internazionale. Proprio l'internazionalizzazione e insieme la valorizzazione dell'intero segmento sono fra i temi principali seguiti dalla realtà associativa

di Massimo Miani

“**L**e Fiere Italiane tra Settori e Territori”: questo il titolo dell'incontro che si è svolto a Roma, presso la sede dell'Associazione Stampa Estera e organizzato da Aefi-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, per presentare alla comunità internazionale delle ambasciate e delle rappresentanze diplomatiche di tutto il mondo e agli operatori i dati e le attività del comparto fieristico italiano e le iniziative previste per il prossimo anno. L'incontro si è aperto con il saluto di Enrico Zanetti, Sottosegretario di Stato all'Economia e alle Finanze, che ha evidenziato come il comparto fieristico vada sostenuto anche sul fronte legislativo e fiscale dato il ruolo importantissimo che svolge per la promozione e la crescita delle imprese del nostro Paese sui mercati globali. Zanetti si è soffermato sul lavoro del suo Ministero con l'Agenzia delle Entrate per individuare soluzioni per meglio definire la tassazione immobiliare dei padiglioni fieristici e ha specificato che «il sistema fieristico scorta, in termini di Iru, il danno di una necessaria volumetria importante». Zanetti ha sottolineato: «Siamo convinti che si potrà arrivare a risultati positivi». Ettore Rello, Presidente di Aefi, ha poi ricordato come proprio dalle **fiere** si origini il 50% dell'export delle nostre aziende. «Per il 75%

delle Pmi italiane - ha detto Rello - lo strumento **fiere** rappresenta l'unico mezzo di promozione oltreoceano. E le **fiere**, anche nei momenti di crisi del mercato più difficili, non hanno mai abbandonato le imprese, anzi le hanno sostenute, continuando a cercare nuovi format per incrementarne l'attività. Grazie a progetti e iniziative nuove, e all'ampliamento dei servizi offerti, le manifestazioni fieristiche si sono evolute e sono sempre meno spazi fisici in cui esporre e sempre più partner e consulenti per il business delle aziende, in grado di accompagnarle nella definizione di strategie tailor made». L'internazionalizzazione e la valorizzazione dell'intero comparto sono alcuni dei temi principali dell'attività di Aefi. Per anni l'associazione ha portato avanti una campagna per il necessario supporto al settore e per un corretto riconoscimento del ruolo delle **fiere**, riconoscimento che quest'anno è arrivato grazie anche alla sensibilità del Mio Ministro Carlo Calenda, che ha inserito le **fiere** nel Piano di promozione straordinaria per il Made in Italy, rimarcandone il ruolo di leva strategica per la crescita del Paese. «Un risultato che rappresenta un importante punto di arrivo del lavoro svolto dalla nostra associazione a supporto del settore, oltreché un punto di ripartenza per il sistema, perché a tutte le manifestazioni viene riconosciuto il ruolo di leva per la crescita del Paese e per tutti si crea un'op-



FIERE, LEVA STRATEGICA

Nelle foto a fianco: da fatto, da sinistra: Ettore Rello, presidente Aefi; Giovanni Mantovani, direttore Generale VeronaFiere; Carlo Calenda, vice ministro allo Sviluppo economico; Piero Piccinetti, coordinatore della Commissione internazionale di Aefi e amministratore delegato di **Produttori Fiere**

portunità per generare ricchezza», ha proseguito Rello. I numeri del settore parlano da soli: nei quartieri espositivi italiani (che occupano una superficie complessiva di 4 milioni e 200 mila metri quadrati) nel 2015 sono state programmate 959 manifestazioni, 190 delle quali a carattere internazionale (queste ultime dedicate per il 18% al settore tessile; per il 13% a sport, hobby, intrattenimento e arte; per il 10% al food&beverage e ospitalità e per il 10% alla meccanica). Complessivamente, le 959 **fiere** hanno movimentato 22 milioni di visitatori: 13 milioni di loro - di cui il 10% provenienti dall'estero - sono stati attratti dalle manifestazioni internazionali. In totale, il giro d'affari generato durante le **fiere** è stato di 60 miliardi di euro. Le **fiere** italiane, inoltre, nel corso del 2015, hanno organizzato ben 89 manifestazioni all'estero e ciò evidenzia il ruolo attivo a sostegno delle nostre esportazioni. «Sempre per supportare il processo di internazionalizzazione del compa-



meglio» ha concluso Rello. Nel corso dell'incontro si è parlato anche di "Fare sistema in Italia per affermarsi nel mondo", tema affrontato da diversi relatori con angolazioni diverse. Duccio Campagnoli, Vice Presidente di Aefi e Presidente di BolognaFiere, si è soffermato in particolare sull'assetto societario delle **fiere** e lo sviluppo del settore, con riferimento particolare al ruolo delle Camere di Commercio e delle Regioni, destinato a cambiare considerando la nuova normativa. Sulle esigenze delle realtà più piccole, di cui si occupa la Commissione **Fiere** in Rete, Loredana Santi, Segretario Generale di Aefi, ha ricordato come l'associazione abbia dato vita a un progetto specifico per soddisfare la domanda valorizzando gli asset delle realtà minori, promuovendo i territori e dando valore alle numerose eccellenze competitive che caratterizzano il tessuto economico italiano in un'ottica di integrazione e di sistema. Per essere competitivi in un mercato globale serve un approccio culturale diverso: internazionalizzazione significa allargare gli orizzonti, quindi per far crescere il business è indispensabile creare cultura. Su questo tema Giovanni Mantovani, Direttore Generale di VeronaFiere, ha evidenziato come solo attraverso un approccio culturale diverso, spiegando e raccontando i prodotti per approfondirne la conoscenza, si può innescare una leva strategica per l'intero Sistema Paese. Licia Ranzulli, Vice Presidente di **Fiera** Milano, si è soffermata, invece, sul ruolo e l'utilizzo delle tecnologie per lo sviluppo dell'intero sistema fieristico. Il digitale, infatti, permette di implementare, oltre a soluzioni di comunicazione, anche dei servizi per gli espositori delle manifestazioni e per gli operatori fieristici, e la tecnologia consente di sviluppare idee e strumenti per comunicare al mercato nel modo più efficace e moltiplicare le relazioni d'affari. Parlando di collaborazione sui nuovi mercati come possibilità di crescita per il settore, Pietro Piccinetti, Coordinatore della Commissione Internazionale



Associazione Esposizioni e Fiere Italiane

ESPERTI A CONFRONTO

Nelle tre foto in basso, da sinistra, figurano Licia Ranzulli, vice presidente di **Fiera** Milano; Enrico Zanetti, sottosegretario all'Economia e alle Finanze; Duccio Campagnoli, vice presidente Aefi e presidente di BolognaFiere

zione di Aefi e Amministratore Delegato di **Assolombarda Fiere** ha ribadito come il sistema fieristico italiano sia uno dei più importanti a livello internazionale, al secondo posto in Europa, dopo la Germania, per dimensione e capacità di attrazione, e quarto a livello mondiale. E le **Fiere**, oggi, hanno sempre più il ruolo di partner e consulenti per il business delle aziende, in grado di accompagnarle nella definizione di strategie e di supportarle concretamente nel presidio di mercati internazionali strategici. E a proposito di internazionalizzazione e di fare sistema, Francesco Alfonsi, Dirigente Ufficio Accordi e Convenzioni di ICE Agenzia, ha ricordato l'accordo siglato con Aefi per erogazione di una serie di servizi a tariffe agevolate nonché la possibilità per tutti gli associati, mediante la stipula di specifici accordi operativi con i singoli enti, di conferire all'ICE l'incarico di rappresentare gli enti fieristici all'estero, in uno o più Paesi. I lavori si sono conclusi con l'intervento di Benedetto Della Vedova, Segretario di Stato per gli Affari Esteri e la Cooperazione Internazionale. «Il sistema fieristico italiano, tra i primi al mondo, è uno strumento importante delle politiche di internazionalizzazione - ha commentato Della Vedova. - Rafforzare la proiezione estera delle nostre **fiere** è un obiettivo centrale del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e della rete di ambasciate e consoli, per incrementare le quote del nostro export, conquistare nuovi mercati ed attrarre investimenti».

to, come Aefi abbiamo avviato una serie attività con la collaborazione del Ministero degli Affari Esteri per valorizzare tutte le opportunità che la rete delle ambasciate può mettere a disposizione. Abbiamo, inoltre, siglato recentemente due Memorandum of Understanding con l'Inter-International Exhibitions Company e con TECA-Taiwan Exhibition and Convention Association, che mirano a contribuire alla crescita economica mettendo a fattor comune, da un lato, l'esperienza specifica dei nostri associati nell'organizzazione di eventi dedicati a comparti specifici e, dall'altro, il crescente interesse e le opportunità di business offerte dal tessuto economico dei due Paesi. Nel 2016 continueremo a lavorare allo sviluppo del progetto di internazionalizzazione, intensificando le varie attività di promozione commerciale in mercati interessanti per il nostro export, soprattutto per i comparti in cui l'Italia vanta una grande competenza e che le nostre **fiere** sanno valorizzare al

