



Associazione Esposizioni e Fiere Italiane
Italian Exhibition & Trade Fair Association

Press

A Rimini Fiera, successo per la sesta edizione del seminario formativo di AEFI

“Come e dove nasce l’innovazione: attualità e futuro delle fiere italiane”

Rimini, 14 luglio 2017 – Si è conclusa con successo “Come e dove nasce l’innovazione: attualità e futuro delle fiere italiane”, la due giorni della VI edizione del seminario annuale di aggiornamento formativo per i soci [AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane](#), che si è tenuta ieri e oggi a Rimini, presso la sede di Rimini Fiera.

Il seminario rientra nell’ambito delle attività formative di AEFI che anche quest’anno ha visto l’Associazione impegnata in numerose iniziative per consentire alle fiere di stare al passo con l’evoluzione del mercato ed essere competitive.

In apertura dei lavori, dopo il saluto di Rimini Fiera da parte di **Patrizia Cecchi, Italian Exhibitions Director di IEG**, il **Vicepresidente di AEFI, Giovanni Laezza**, ha evidenziato il ruolo strategico di AEFI per il sistema fieristico italiano e sottolineato l’importanza dell’innovazione quale strumento fondamentale per l’evoluzione del settore: *“In un mercato in continuo cambiamento, l’innovazione è infatti importantissima dato che le fiere devono essere in grado di modificarsi ed adattarsi per poter rispondere alle esigenze degli operatori ed essere fattore di crescita per le imprese e per il territorio”*.

Il primo panel *“Il futuro che ci attende e il ruolo dell’innovazione”*, ha visto protagonisti **Giuseppe Schirone, economista di Prometeia**, e **Carlo Bagnoli, Professore Ordinario di Innovazione strategica presso il Dipartimento di Management dell’Università Ca’ Foscari di Venezia**.

Schirone ha delineato le dinamiche recenti e le prospettive di medio termine dei settori del Made in Italy di riferimento per AEFI: tecnologia, edilizia/arredo, agroalimentare, tempo libero e moda/bellezza - che complessivamente generano il 30% dell’output nazionale - contestualizzati rispetto alle recenti previsioni macroeconomiche, internazionali e nazionali. L’analisi condotta da Prometeia ha messo in evidenza i principali mutamenti che interessano l’economia mondiale, dove è in atto un percorso di consolidamento, con “sorprese” positive per l’area UE ed alcune economie emergenti.

Carlo Bagnoli si è invece soffermato sull’attuazione di un’innovazione strategica di tutte le organizzazioni che si concretizzi nella ridefinizione di un nuovo modello di business.

Tra i temi portanti delle due giornate anche le **case history** presentate dalle fiere di **Bologna, Verona, Firenze, Forlì, Riva del Garda Fierecongressi e Roma**.

Nella sessione pomeridiana attorno al tema *“I mutamenti nella progettazione”* sono intervenuti **Antonio Bruzzone, Direttore Generale di BolognaFiere**; **Annamaria Gimigliano, Direttore Risorse Umane, Pianificazione e Sviluppo di Veronafiere**; **Beatrice Simonetti, Ufficio Marketing di Firenze Fiera**; **Michele Tampieri, Project manager di Fieravicola, International Department-Fiera di Forlì**.

Particolarmente interessanti le **best practise** presentate dalle singole fiere, come la piattaforma di **Cosmoprof**, esempio di internazionalizzazione; l’attività di *digital transformation* intrapresa da **Veronafiere**; l’esperienza di collaborazione internazionale di Firenze Fiera con l’associazione tedesca **Didacta** e la necessità di rapporti costruttivi tra Istituzioni e aziende alla base del modello di **Fieravicola**.

Via Emilia, 155
47921 Rimini - RN
Tel. +39 0541 744229
Fax +39 0541 744512
info@aefi.it

www.aefi.it





La prima giornata si è conclusa con l'approfondimento "I mutamenti organizzativi e comportamentali". In particolare **Roberta Bertoldi, Organizzazione eventi collaterali di Riva del Garda Fieracongressi**, ha illustrato il case history "food for Good", una concreta modalità di collaborazione in campo sociale con il Banco Alimentare trentino.

Karla Juegel, CEO di Messe Marketing Monaco, si è focalizzata sul valore aggiunto delle fiere quale momento di contatto face-to-face e sulla necessità di integrare gli strumenti di comunicazione con i visitatori nelle fasi pre e post manifestazione.

Anty Pansera, Storico del design, e **Carla Rosio, Project manager**, hanno illustrato la prima Piattaforma di Social Commerce pensata per avvicinare i Nativi Digitali al mondo dell'artigianato, unendo nuove tecnologie e antichi saperi.

Nell'ambito del sempre più crescente mercato dei sistemi di messaggistica automatizzata, **Marco Ricciuti, Web Architect & ICT Consultant di Gs Net Italia, ICT partner Fiera Roma** e **Massimo Spaggiari, Head of Innovation di Gs Net Italia, ICT partner Fiera Roma** hanno tracciato una panoramica della tecnologia "ChatBot" – sistema di messaggistica automatizzata - utilizzato in occasione dell'evento **Blast** tenutosi lo scorso maggio presso la Fiera di Roma.

I lavori della seconda giornata del seminario hanno avuto come focus "I mutamenti nella comunicazione".

Paolo Casati, Creative Director di Studiolo, Milano ha presentato i progetti Fuorisalone e Brera Design District, due esempi di marketing territoriale che estendono alla fiera tradizionale luoghi aperti al pubblico e alla città.

Al centro dell'intervento di **Giovanni Laezza, Direttore Generale di Riva del Garda Fieracongressi e Vicepresidente di AEFI**, l'importanza della formazione per trasmettere e condividere nuovi strumenti di marketing e comunicazione per le fiere. Attraverso la formazione si entra in contatto con i produttori dei diversi mercati, per portarli alle fiere in Italia come espositori; si entra in contatto con i buyer in Italia e all'estero, per portarli a visitare la fiera; si rilasciano al territorio le conoscenze specialistiche che la fiera sintetizza.

Valeria Tarasco, Lake Como Marketing, ha presentato **lakecomo.eu**, il progetto di promozione turistica digitale del brand Lago di Como, che rappresenta il nuovo paradigma attraverso cui Lariofiere risponde alla propria mission di sostegno allo sviluppo e promozione del sistema economico territoriale.

La due giorni formativa di **AEFI** si è chiusa con l'illustrazione di un caso di manifestazione dedicata alla sostenibilità ambientale, **Ecomondo**, attraverso il contributo di **Cesare Trevisani, di Nuova Comunicazione Associati**.

Il seminario ha permesso di dimostrare come l'innovazione, nei diversi campi, sia il motore delle Fiere italiane; per questo AEFI continuerà ad adoperarsi per sostenere l'innovazione, anche attivando un tavolo di confronto permanente tra gli associati affinché possano condividere le idee innovative con stimoli sia dalle realtà interne che da quelle esterne. AEFI proseguirà inoltre il programma di attività dedicate alla formazione con focus sia sulla comunicazione digitale che sulla progettazione.



AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, associazione privata senza scopo di lucro nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. AEFI si pone come interlocutore privilegiato per gli operatori e le istituzioni, e svolge un ruolo di sostegno per gli associati attraverso lo sviluppo di attività e programmi nell'ambito della formazione, del marketing, della promozione e della ricerca, oltre all'erogazione di servizi per le fiere attraverso l'attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Giuridico-Amministrativa, Internazionalizzazione e Fiere in Rete.

Sul fronte dell'internazionalizzazione, AEFI supporta gli associati grazie ad accordi con mercati strategici. Ad oggi sono state siglate partnership con Iran, Taiwan, Libano e India oltre a un protocollo d'intesa con AmCham-American Chamber of Commerce in Italy e con CENTREX-International Exhibition Statistics Union.

AEFI ha promosso la costituzione di ISFCert, l'Istituto di Certificazione dei Dati Statistici Fieristici, che attraverso rigorose metodologie consente agli organizzatori italiani di presentare e riconoscere dati standardizzati, in nome della trasparenza e garanzia.

AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Unione delle Fiere Internazionali. Presieduta da Ettore Riello, AEFI conta 35 quartieri fieristici Associati, che organizzano oltre 1.000 manifestazioni all'anno su una superficie espositiva totale di 4,2 milioni di metri quadrati. Nei quartieri fieristici associati AEFI si svolgono il 92% delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% del totale delle manifestazioni fieristiche che hanno luogo annualmente in Italia.

www.aefi.it

Per ulteriori informazioni

Ufficio Stampa AEFI: IMAGE BUILDING

Tel. 02 89.011.300; Email: aefi@imagebuilding.it