

Dal locale al globale: fare rete per rilanciare l'export attraverso le fiere

Di Duccio Campagnoli Presidente BolognaFiere

BolognaFiere proprio perché si trova per una sua naturale vocazione geografica al centro di molti dei principali distretti produttivi italiani composti per la loro maggioranza da piccole medie imprese che sono l'ossatura del sistema produttivo Nazionale gioca un ruolo fondamentale per rilanciare l'export e il Made in Italy.

E questo lo fa appunto rispondendo alla sua naturale predisposizione alle fiere business to business dei grandi distretti produttivi specializzati radicati in Emilia Romagna e che hanno raggiunto il ruolo di leader internazionali, che sono la maggioranza di quelle organizzate a Bologna. Basta ricordare il Cersaie, fiera delle ceramica e dell'arredo bagno, che si svolgerà a Bologna la prossima settimana, il SAIE, fiera dell'edilizia e del costruire Made in Italy, che si svolgerà dal prossimo 5 ottobre, l'EIMA, fiera dedicata alle macchine alle tecnologie per l'agricoltura, che inaugurerà il prossimo anno un'edizione ancora più grande che conterrà anche Expo Green, con le macchine per il giardinaggio, Lineapelle, grande manifestazione fashion dell'industria conciaria italiana e il Motorshow per quale BolognaFiere ha rinnovato il contratto fino al 2021 con un grande organizzatore come GL Events confermando quindi Motorshow come Salone Italiano dell'auto.

Senza dimenticare poi alcune nicchie importanti come il Sana, dedicata al Biologico e al naturale, unica fiera specializzata in Italia sul settore, che assume particolare importanza in vista della prossima Expo 2015 per preparare gli operatori a questo grande appuntamento col tema Nutrire il Pianeta, e il Libro per Ragazzi, da sempre leader mondiale dell'editoria dedicata ai più giovani.

Tutte fiere che corrispondono a un'esigenza del nostro tessuto produttivo e che trovano in Bologna Fiere, che in alcuni casi ne è anche organizzatore diretto oltre che l'ospite, e che rappresentano eventi decisivi per l'internazionalizzazione e l'export del Made in Italy.

Si tratta di manifestazioni realizzate da o in collaborazione con le associazioni di settore, e che ora con la improvvisa decisione del Governo di azzeramento dell'Istituto per il Commercio con l'Estero assumono una nuova importante valenza.

Lo smantellamento dell'Ice che con le sue luci e le sue ombre aveva finora funzionato da facilitatore per le nostre imprese oltre i confini nazionali, pone il tema di quale nuovo assetto ci si deve dare per sostenere la promozione all'estero dell'Industria italiana e di quale ruolo i grandi centri fieristici italiani possono e debbono essere chiamati a svolgere.

Questo deve avvenire alla luce di una rivisitazione dell'organizzazione dell'attività fieristica in Italia mettendo da parte quella tendenza a volte presentatasi negli ultimi anni al cannibalismo delle manifestazioni tra i quartieri e la duplicazione di eventi a scapito sia degli espositori italiani ma anche e soprattutto dei visitatori esteri.

In realtà poiché ai grandi centri fieristici italiani corrispondono altrettante manifestazioni di eccellenza e di riferimento per i diversi settori questa nuova competizione è francamente poco motivata e non ha portato al risultato di un'ulteriore selezione delle manifestazioni, ma solo ad un dumping nei prezzi e quindi a un indebolimento del valore aggiunto proprio mentre i grandi centri fieristici trasformati in Società per azioni negli ultimi anni hanno bisogno invece di una programmazione e certezza per gli investimenti e la loro redditività. Appare anche evidente la necessità che le relazioni tra centri fieristici ed organizzatori si trasformino in partneriati per qualificare sempre più le manifestazioni come piattaforma di servizi alle imprese.

Io penso quindi che AEFI e i centri fieristici debbano proporsi come accade in Germania per essere riconosciuti nella nuova situazione senza più ICE come i soggetti di riferimento, assieme alle associazioni imprenditoriali, anche per la promozione internazionale, con la partecipazione ai grandi eventi fieristici europei e mondiali per i settori di riferimento.

Noi come BolognaFiere secondo quartiere italiano, da sempre membro di Aefi lo stiamo già facendo e cerchiamo di farlo con il rapporto di partneriatio che abbiamo realizzato con le associazioni

che a Bologna realizzano il loro grandi eventi come Confindustria Ceramica, Unacoma, Unic, Ance e così via.

Ma il mercato fieristico italiano credo si debba rivolgere anche alla capacità di creare nuovi eventi per l'altra grande area che può essere di successo del Made in Italy: quella dell'industria culturale e dello spettacolo oltre che del turismo. BolognaFiere che già ospita il successo storico e internazionale della Fiera del Libro per Ragazzi e di Artefiera, ha concluso proprio in questi giorni l'accordo per l'unione e lo svolgimento a Bologna nel prossimo maggio di due fiere parallele che fino ad ora erano territorialmente e temporalmente divise.

Music Italy, fiera degli strumenti musicali organizzata da Bologna Fiere a Bologna, e Show Way fiere delle attrezzature dello spettacolo organizzata invece a Bergamo dallo stesso quartiere Bergamasco con la sua società Promoberg, si sono unite e si svolgeranno assieme a Bologna richiamando gli operatori dei rispettivi settori in cui le aziende italiane sono leader internazionali.

Abbiamo presentato questo evento, che è una novità assoluta per il panorama italiano e che nasce dall'accordo tra due quartieri concorrenti per due manifestazioni simili, è stato presentato ieri a Londra incontrando l'interesse degli operatori internazionali. Se come ci aspettiamo l'unione fa la forza e a maggio entrambe le manifestazioni godranno grazie a questa unione di un aumento degli operatori esteri, questo piccolo esempio potrà aprire la strada a un nuovo modo di intendere le fiere in Italia.