



Lo scenario del sistema fieristico italiano: impatto della crisi sulle dinamiche di sviluppo

Raffaele Cercola

Presidente di AEFI

AEFI ha già avviato da due anni il monitoraggio degli effetti della crisi economica internazionale emersa nel 2008 avvalendosi del coordinamento scientifico dell'Università degli Studi di Napoli.



**Primo output:
pubblicazione AEFI *“Innovare le fiere
per vincere la crisi”***

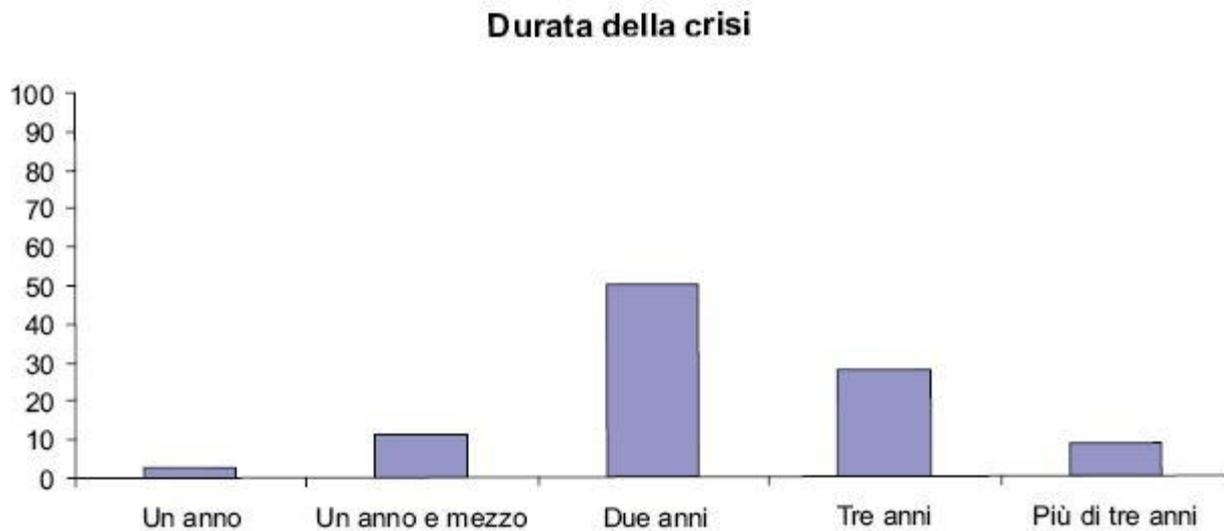
- 1. La percezione della crisi da parte dei quartieri fieristici italiani nel 2010**
- 2. Le risposte strategiche preventivate dai quartieri fieristici per fronteggiare la crisi**

- 1. La percezione della crisi da parte dei quartieri fieristici italiani nel 2010**
2. Le risposte strategiche preventivate dai quartieri fieristici per fronteggiare la crisi

All'inizio del 2009 gli effetti non erano stati ancora percepiti, ma se ne avvertivano i primi segnali

1) L'impatto futuro della crisi era percepito come significativo da oltre il 90% degli intervistati.

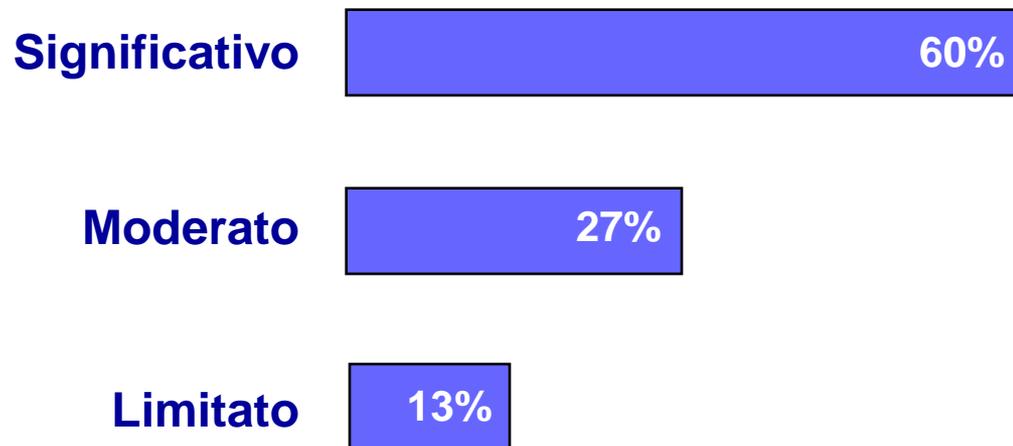
2) C'era però divergenza sulla durata.



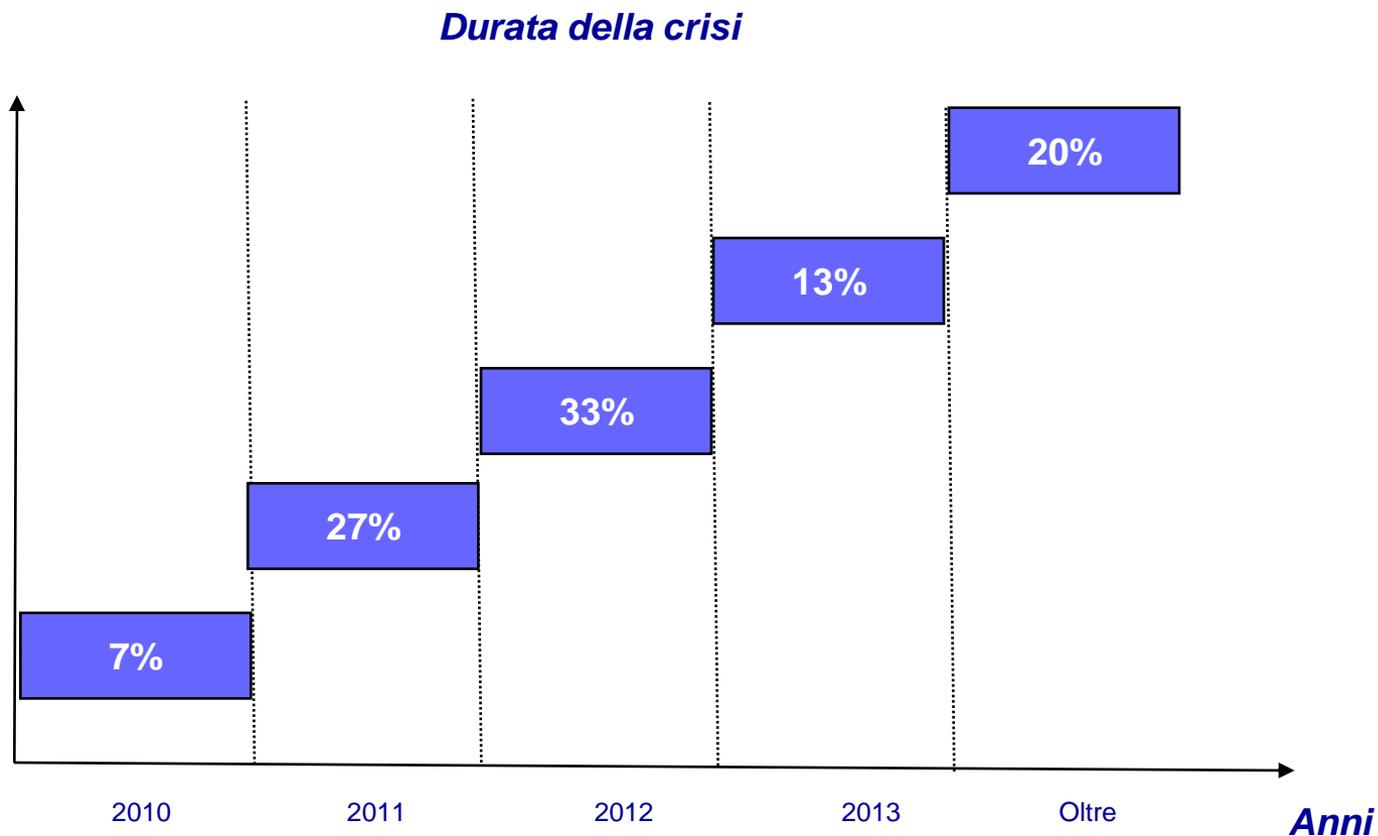
A distanza di 18 mesi dalla presentazione dei risultati dell'analisi si è realizzata una nuova indagine.

La crisi ha fatto sentire i suoi effetti nel settore fieristico già a partire dal primo semestre 2009 . . .

Valutazione dell'impatto della crisi negli ultimi 18 mesi

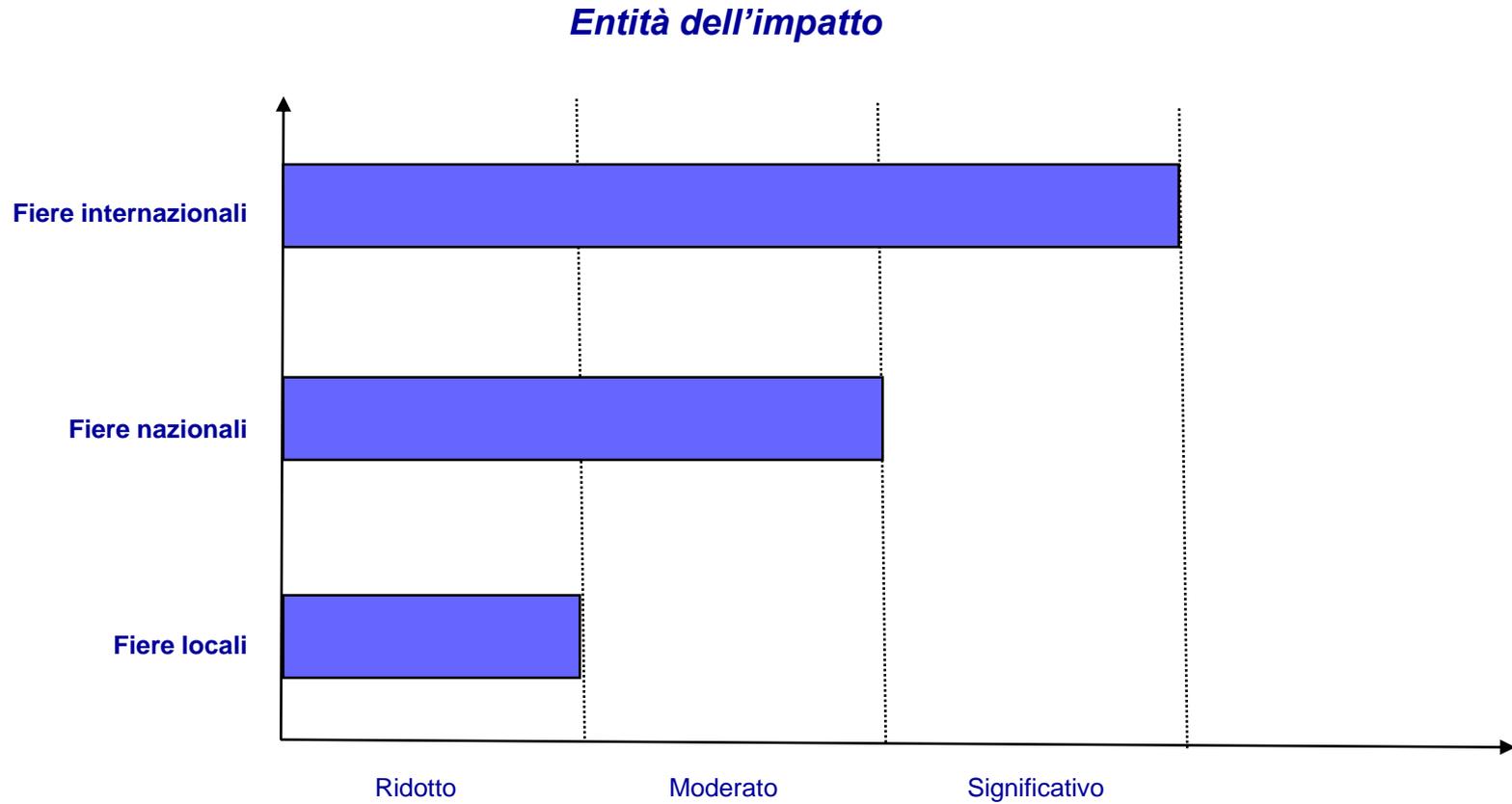


... ma c'è forte incertezza sulla durata della crisi



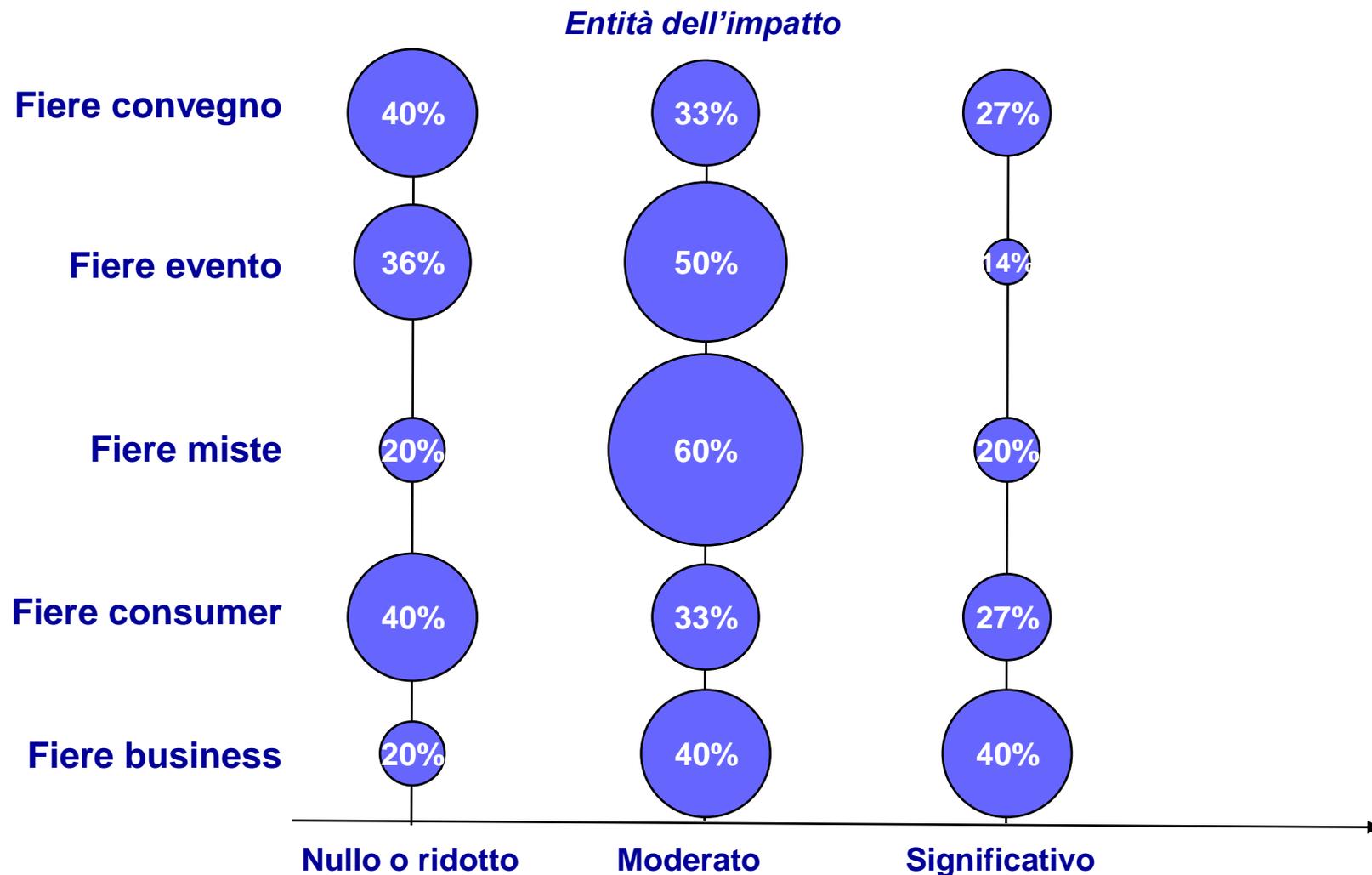
Rispetto all'indagine di fine 2008, la percezione della durata della crisi è peggiorata (i 2/3 degli intervistati ha percepito un prolungamento della crisi oltre il 2011).

La crisi si farà sentire in modo diverso sulle varie tipologie di fiere



Rispetto all'indagine di fine 2008, si conferma il maggiore impatto sulle fiere internazionali.

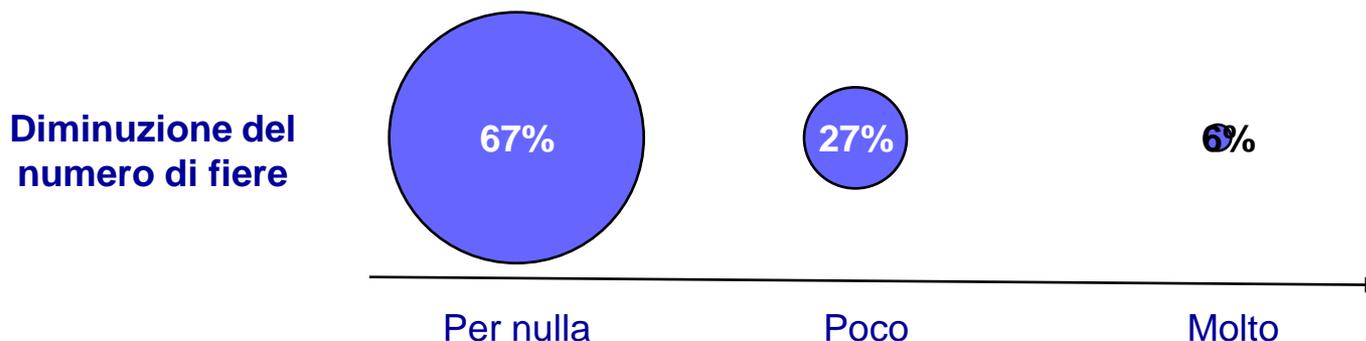
La crisi impatta in modo diverso sulle varie tipologie di fiere



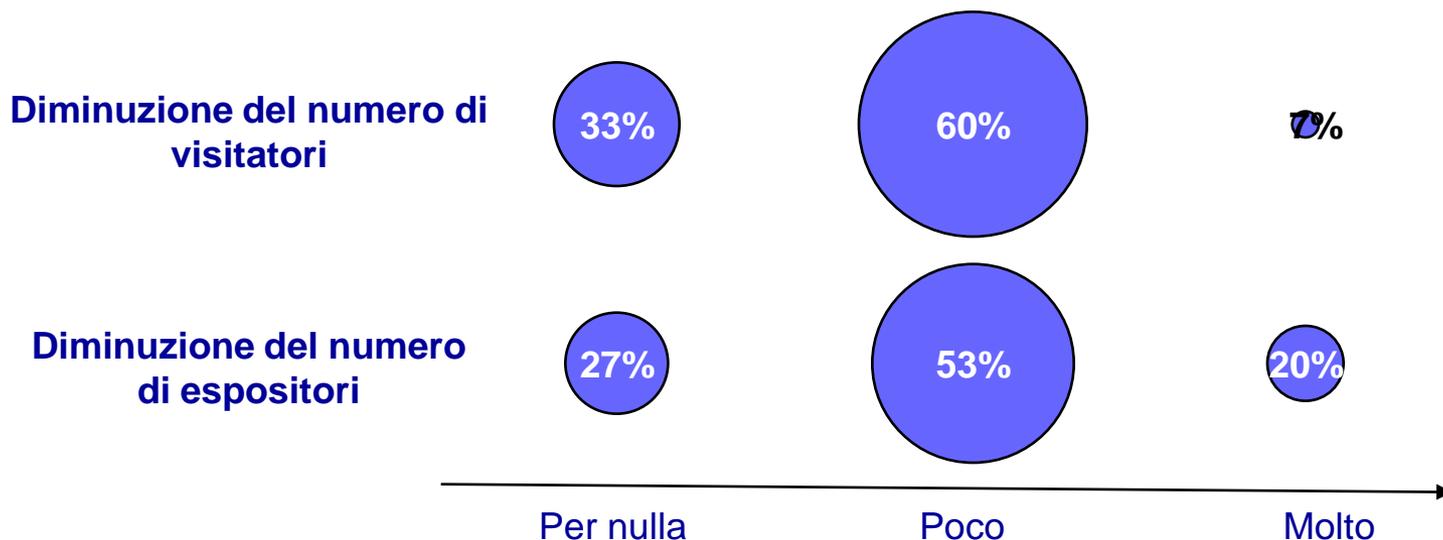
Rispetto all'indagine di fine 2008, hanno maggiormente tenuto le fiere rivolte ai consumatori.

La crisi avrà conseguenze prevalentemente sulla domanda, piuttosto che sull'offerta

Il sistema fieristico ha investito significative risorse per mantenere quasi immutata l'offerta



...ma si registra un sensibile calo sia dei visitatori sia degli espositori



Dall'indagine congiunturale AEFI emergono anche situazioni di controtendenza

Nell'ultima indagine trimestrale AEFI (1° trim. 2010 / 1° trim. 2009) si evidenzia qualche elemento di positività

- **6 quartieri espositivi hanno incrementato il numero di fiere**
- **12 quartieri espositivi hanno incrementato il numero di visitatori**
- **7 quartieri espositivi hanno incrementato il numero di espositori**

Nella prima indagine emergeva che la crisi avrebbe comportato significativi cambiamenti strategici

Le maggiori tendenze avrebbero riguardato:

- **Minore importanza degli spazi espositivi**
(da specialty a commodity)
- **Riduzione del ciclo di vita delle fiere**
(necessità di riprogettazione delle fiere o di nuovi concept)
- **Nuovi mezzi di comunicazione alternativi alle fiere tradizionali**
(match-making virtuale)
- **Crescita imprenditoriale degli organizzatori di fiere**
(da local a global)
- **Modifica del format**
(arricchimento dei contenuti esperienziali)

La crisi contribuirà a chiarire quali tra le tendenze in atto avranno un futuro e quali si fermeranno

Aumenta, rispetto alla precedente indagine, la percezione per 3 tendenze:



La crisi impatta significativamente sul sistema fieristico . . .

. . . c'è però forte incertezza sulla sua durata . . .

. . . impatterà in modo diverso sulle varie tipologie di fiere . . .

. . . con conseguenze prevalentemente sulla domanda . . .

. . . richiederà nuove strategie dirette sia ai quartieri fieristici sia agli organizzatori.

1. La percezione della crisi da parte dei quartieri fieristici italiani nel 2010
- 2. Le risposte strategiche preventivate dai quartieri fieristici per fronteggiare la crisi**

I quartieri fieristici, in quanto imprese operanti in un mercato ipercompetitivo, devono individuare nuove risposte strategiche

- **Nuovi modelli di business**
- **Razionalizzazione del business**
- **Innovazione di prodotto**

I quartieri fieristici prevedono una molteplicità di risposte strategiche alla crisi

Nuovi modelli business

- *Condivisione rischio / integrazione tra quartiere e organizzatore*



80%

Razionalizzazione del business

- *Ingresso in business correlati*
- *Integrazione dell'offerta di spazi*
- *Riduzione del prezzo di spazi e servizi*



80%



53%



47%

Innovazione dell'evento fieristico

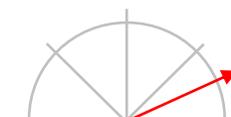
- *Creazione di reti e alleanze*
- *Sviluppo eventi di nuova concezione*
- *Uso delle tecnologie web*
- *Razionalizzazione tempistica eventi*



100%



100%



87%



80%