



Associazione Esposizioni e Fiere Italiane
Italian Exhibition & Trade Fair Association

RASSEGNA STAMPA ROAD TO EXPO 2015

Dal 31 marzo 2014 al 5 marzo 2015

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

www.aefi.it



Comunicati stampa Road to Expo 2015

Data	Titolo
03 marzo 2015	Road to Expo 2015: il sistema fieristico come leva di promozione nel mondo del comparto alimentare italiano
05 dicembre 2014	Road to Expo 2015 Si chiude con successo la prima fase delle attività di AEFI con ICE dedicata alle iniziative di incoming nelle principali manifestazioni italiane dell'agroalimentare
24 settembre 2014	Le iniziative di Road to Expo 2015: prosegue il viaggio di AEFI con ICE nelle principali manifestazioni internazionali dell'agroalimentare
31 marzo 2014	ROAD TO EXPO 2015 La strada verso Expo passa dall'incoming Il progetto supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano



Associazione Esposizioni e Fiere Italiane
Italian Exhibition & Trade Fair Association

Press

Road to Expo 2015: il sistema fieristico come leva di promozione nel mondo del comparto alimentare italiano

Foodex Japan: a Tokyo l'ultima tappa delle iniziative estere organizzate da AEFI con ICE Agenzia

Milano, 03 marzo 2015 - Si conclude in **Giappone** il programma delle iniziative estere organizzate da AEFI e ICE Agenzia nell'ambito di **"Road to Expo 2015"**, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l'obiettivo di massimizzare l'impatto positivo dell'Esposizione Universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: **605.554 mq** di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), **14.000 espositori**, **1.400.000 visitatori**, di cui quasi **250.000 provenienti dall'estero**.

Dopo aver fatto tappa nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come **Germania, Francia, USA, Russia, Cina ed Emirati Arabi**, dal **3 al 6 marzo, Road to Expo 2015** arriva a **Tokyo** al **Foodex Japan 2015**, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.

Per la 40esima edizione di Foodex Japan sono previsti espositori provenienti da 83 Paesi e circa 80 mila visitatori. Un'altra opportunità per le fiere italiane per promuovere nel mondo l'eccellenza del comparto agroalimentare, sviluppando nuove opportunità di business.

A Foodex, l'Italia è presente con la più grande partecipazione estera dell'intera manifestazione: 150 espositori provenienti da tutta Italia. L'ufficio ICE Agenzia di Tokyo, per l'occasione, ha organizzato un ricco programma di presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking per valorizzare gusti e sapori del nostro Paese. Naturalmente un focus particolare a Road to Expo 2015 sarà dedicato alla presentazione delle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che ad attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

Le iniziative estere di Road to Expo 2015 hanno coinvolto le seguenti Fiere internazionali:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014
- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014

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

www.aefi.it





- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulfood Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial - Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014
- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulfood - Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015

Press

AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all'erogazione di servizi per le fiere attraverso l'attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrativa-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi.

Sul piano internazionale, AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Union des Foires Internationales. Presieduta da Ettore Riello, AEFI conta 33 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 gran parte delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% del totale delle manifestazioni fieristiche che hanno luogo annualmente in Italia.

Per ulteriori informazioni

Ufficio Stampa AEFI: IMAGE BUILDING

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

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

www.aefi.it





Associazione Esposizioni e Fiere Italiane
Italian Exhibition & Trade Fair Association

Press

Road to Expo 2015

Si chiude con successo la prima fase delle attività di AEFI con ICE dedicata alle iniziative di incoming nelle principali manifestazioni italiane dell'agroalimentare

Milano, 05 dicembre 2014 - Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti **iniziative di incoming di operatori esteri specializzati** nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto **23 rassegne fieristiche italiane** della filiera e **13 quartieri fieristici** che hanno avuto l'opportunità di ospitare **delegazioni estere** provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come **Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.**

Grazie a Road to Expo 2015, **321 nuovi operatori stranieri** – 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo" – ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione

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

www.aefi.it





a mercati-chiave come **Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa**, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

Le fiere italiane che hanno aderito al progetto:

- Sigep – Rimini Fiera - Rimini, 18-22 gennaio 2014
- Fieragricola – Veronafiere – Verona, 6-9 febbraio 2014
- Cucinare – Pordenone Fiere – Pordenone, 21-24 marzo 2014
- Vinitaly – Veronafiere – Verona , 6-9 aprile 2014
- Sol&Agrifood - Veronafiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Enolitech – Veronafiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Mostra Internazionale dell'Artigianato – Firenze Fiera – Firenze, 24 aprile – 1 maggio 2014
- Agrinatura – Lariofiere – Erba, 25-27 aprile 2014
- Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna – Fiera Intern. della Sardegna – Cagliari, 25 aprile – 5 maggio 2014
- Fiera Internazionale dell'Agricoltura – Foggia, 30 aprile – 4 maggio 2014
- Cibus – Fiere di Parma - Parma, 5-8 maggio 2014
- Gelato World Tour – Rimini Fiera – Rimini, 5-7 settembre 2014
- Sana – Bolognafiere - Bologna, 6-9 settembre 2014
- Macfruit – Cesena Fiera – Cesena,, 24-26 settembre 2014
- Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura – CremonaFiere - Cremona, 22-25 ottobre 2014
- Cibus tec/Food Pack – Fiere di Parma - Parma, 28-31 ottobre 2014
- Ecomondo – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Key Energy – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Biolife – FieraBolzano - Bolzano, 7-9 novembre 2014
- Eima – Bolognafiere – Bologna, 12-16 novembre 2014
- Interpoma – FieraBolzano, Bolzano, 20-22 novembre 2014
- Pianeta Gourmarte – Fiera di Bergamo - Bergamo, 29 novembre – 1 dicembre 2014
- Mig – Longarone Fiere - Longarone, 30 novembre-3 dicembre

Le Fiere internazionali coinvolte nel progetto:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014



- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulfood Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial - Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014
- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulfood - Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015
- MAROCCO: Salon International de l'Agriculture au Maroc – Meknès, aprile 2015

AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all'erogazione di servizi per le fiere attraverso l'attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrativa-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi.

Sul piano internazionale, AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Union des Foires Internationales. 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 gran parte delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% del totale delle manifestazioni fieristiche che hanno luogo annualmente in Italia.

Per ulteriori informazioni

Ufficio Stampa AEFI: IMAGE BUILDING

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



Associazione Esposizioni e Fiere Italiane
Italian Exhibition & Trade Fair Association

Press

Le iniziative di Road to Expo 2015: prosegue il viaggio di AEFI con ICE nelle principali manifestazioni internazionali dell'agroalimentare

Milano, 24 settembre 2014 – Continuano le iniziative estere organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attività di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore *food&wine*.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: **605.554 mq** di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), **14.000 espositori**, **1.400.000 visitatori**, di cui quasi **250.000 provenienti dall'estero**.

Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come **Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa**.

"Abbiamo riscontrato già molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business" – commenta Ettore Riello, Presidente di AEFI.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

"L'Expo è un'occasione irripetibile per le imprese italiane, per valorizzare la loro eccellenza nel settore agroalimentare che riveste un ruolo significativo nell'economia nazionale. Accomunati dalla consapevolezza del ruolo che anche le fiere possono giocare nel sostenere la ripresa dell'intero sistema Paese, i soci di AEFI hanno aderito con entusiasmo e senso di responsabilità a questo nostro progetto. All'ottima riuscita di Expo possiamo inoltre contribuire dando visibilità alle iniziative ad esso legate nell'ambito di manifestazioni fieristiche che, lo scorso anno, hanno registrato congiuntamente circa un milione e mezzo di visitatori italiani e internazionali." – ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello.

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

www.aefi.it





Sul fronte nazionale, un esempio significativo del lavoro di AEFI e ICE Agenzia sono le numerose missioni di operatori esteri provenienti dai Paesi di maggiore interesse che hanno partecipato a tutte le manifestazioni coinvolte nel programma: all'inizio di settembre è stata significativa la presenza di delegazioni straniere a GELATO WORLD TOUR (Rimini, 5-7 settembre) e al SANA (Bologna, 6-9 settembre) che hanno ospitato 50 operatori provenienti da Australia, Cina, Emirati Arabi Uniti, Europa, Russia, Svizzera, USA.

Il progetto di accoglienza prosegue ora con MACFRUIT, la manifestazione dedicata all'ortofrutta che dal 24 al 26 settembre animerà il quartiere fieristico di Cesena. Durante i tre giorni dell'evento sono attesi 20 operatori provenienti da Russia, Emirati Arabi Uniti e Marocco.

Proprio per il grande lavoro di AEFI e ICE Agenzia, tre nuove manifestazioni italiane – Biolife, Interpoma e Pianeta Gourmarte - e due estere – Vinitaly Russia e Abu Dhabi Sial - hanno colto il valore del progetto e deciso di aderire.

Le fiere italiane che hanno aderito al progetto:

- Sigep – Rimini, 18-22 gennaio 2014
- Fieragricola, Verona, 6-9 febbraio 2014
- Cucinare – Pordenone Fiere – Pordenone, 21-24 marzo 2014
- Vinitaly – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Sol&Agrifood - VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Enolitech – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Mostra Internazionale dell'Artigianato – Firenze Fiera – Firenze, 24 aprile – 1 maggio 2014
- Agrinatura – Lariofiere – Erba, 25-27 aprile 2014
- Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna – Fiera Intern. della Sardegna – Cagliari, 25 aprile – 5 maggio 2014
- Fiera Internazionale dell'Agricoltura – Foggia, 30 aprile – 4 maggio 2014
- Cibus – Fiere di Parma - Parma, 5-8 maggio 2014
- Gelato World Tour – Rimini Fiera – Rimini, 5-7 settembre 2014
- Sana – Bolognafiere - Bologna, 6-9 settembre 2014
- Macfruit – Cesena Fiera – Cesena,, 24-26 settembre 2014
- Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura – CremonaFiere - Cremona, 22-25 ottobre 2014
- Cibus tec/Food Pack – Fiere di Parma - Parma, 28-31 ottobre 2014
- Ecomondo – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Key Energy – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Biolife – FieraBolzano - Bolzano, 7-9 novembre 2014
- Eima – Bolognafiere – Bologna, 12-16 novembre 2014
- Interpoma – FieraBolzano, Bolzano, 20-22 novembre 2014
- Pianeta Gourmarte – Fiera di Bergamo - Bergamo, 29 novembre – 1 dicembre 2014
- Mig – Longarone Fiere - Longarone, 30 novembre-3 dicembre



Le Fiere internazionali coinvolte nel progetto:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014
- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulfood Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial - Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014
- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulfood - Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015
- MAROCCO: Salon International de l'Agriculture au Maroc – Meknès, aprile 2015

AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all'erogazione di servizi per le fiere attraverso l'attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrativa-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi.

Sul piano internazionale, AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Union des Foires Internationales. 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 gran parte delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% del totale delle manifestazioni fieristiche che hanno luogo annualmente in Italia.

Per ulteriori informazioni

Ufficio Stampa AEFI: IMAGE BUILDING

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



ROAD TO EXPO 2015 La strada verso Expo passa dall'incoming

IL PROGETTO SUPPORTA CONCRETAMENTE IL SISTEMA FIERISTICO NEL SUO RUOLO DA PROTAGONISTA NELLA PROMOZIONE DEL COMPARTO AGROALIMENTARE ITALIANO

Milano, 31 marzo 2014 - AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, plaude all'avvio dell'iniziativa di MISE e ICE/Agenzia "Road to Expo 2015", nata su proposta della stessa AEFI.

"Road to Expo 2015" supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione e **valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, che ne legittima e sottolinea la leadership e l'unicità** sull'importante palcoscenico internazionale dell'Esposizione Universale.

Nell'ambito di tale progetto, AEFI e ICE/Agenzia hanno elaborato e realizzato un ambizioso programma di attività, in Italia e all'estero, che **porterà il "sistema alimentare Italia" nelle principali manifestazioni fieristiche mondiali del settore che si svolgeranno nel 2014**, con un'unica immagine e un solo format per essere immediatamente riconoscibili dal grande pubblico.

Il progetto mira a promuovere l'eccellenza italiana nel contesto di Expo 2015, dedicato al tema "Nutrire il Pianeta. Energia per la vita", e a favorire l'incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati anche in occasione degli eventi collaterali in programma sul territorio nazionale.

Il primo step dell'articolato piano di attività prevede importanti **iniziative di incoming di operatori esteri** in Italia nelle manifestazioni dedicate al comparto che aderiscono al programma. Il progetto Road to Expo coinvolgerà durante tutto l'anno 20 manifestazioni fieristiche italiane della filiera agro-alimentare, di qualsiasi dimensione, che potranno ospitare **operatori esteri** provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business.

Durante il periodo di permanenza della delegazione, le fiere coinvolte nell'iniziativa potranno inoltre organizzare visite alle realtà produttive più rappresentative del territorio, per far conoscere l'instimabile patrimonio di saperi e competenze e raccontare il legame straordinario che lega gli imprenditori italiani del settore alle loro terre.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano e delle sue eccellenze proseguirà poi sull'estero dove toccherà alcuni mercati-obiettivo come **Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa**, coinvolgendo i visitatori delle diverse manifestazioni con attività didattiche e degustazioni, distribuzione di materiale promozionale e attività di relationship building per ampliare il network di contatti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

Per dare voce all'intera filiera agroalimentare italiana, la cui chiave del successo è la ricerca costante della qualità, in tutte le fasi del ciclo produttivo, il calendario delle attività prevede la promozione del "sistema alimentare Italia" non solo all'interno di manifestazioni dedicate ai prodotti *food&wine* finiti di alta qualità, ma anche all'interno di quelle dedicate alla filiera produttiva e alle sue eccellenze in campo tecnologico.

Fiere italiane che hanno aderito al progetto

- Sigep – Rimini, 18-22 gennaio 2014
- Fieragricola, Verona, 6-9 febbraio 2014
- Cucinare – Pordenone Fiere – Pordenone, 21-24 marzo 2014
- Vinitaly – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Sol&Agrifood - VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014

- Enolitech – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Mostra Internazionale dell’Artigianato – Firenze Fiera – Firenze, 24 aprile – 1 maggio 2014
- Agrinatura – Lariofiere – Erba, 25-27 aprile 2014
- Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna – Fiera Intern. della Sardegna – Cagliari, 25 aprile – 5 maggio 2014
- Fiera Internazionale dell’Agricoltura – Foggia, 30 aprile – 4 maggio 2014
- Cibus – Fiere di Parma - Parma, 5-8 maggio 2014
- Gelato World Tour – Rimini Fiera – Rimini, 5-7 settembre 2014
- Sana – Bolognafiere - Bologna, 6-9 settembre 2014
- Macfruit – Cesena Fiera – Cesena,, 24-26 settembre 2014
- Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura – CremonaFiere - Cremona, 22-25 ottobre 2014
- Cibus tec/Food Pack – Fiere di Parma - Parma, 28-31 ottobre 2014
- Ecomondo – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Key Energy – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Eima – Bolognafiere – Bologna, 12-16 novembre 2014
- Mig – Longarone Fiere - Longarone, 30 novembre-3 dicembre 2014

AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane nasce nel 1983 con l’obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all’erogazione di servizi per le fiere attraverso l’attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrativa-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi.

Sul piano internazionale, AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Union des Foires Internationales. 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 97% delle manifestazioni fieristiche internazionali e l’85% totale delle manifestazioni fieristiche che si svolgono annualmente in Italia.

Rassegna stampa Road to Expo 2015

Data	Testata	Titolo
05 marzo 2015	Industria e Finanza	Le fiere come leva di promozione. Road to Expo 2015 in Giappone
04 marzo 2015	9 Colonne	Road to Expo 2015: l'Italia porta 150 espositori a Foodex Japan
04 marzo 2015	BtBoresette.com	Road to Expo termina al Foodex di Tokyo
04 marzo 2015	Tribuna Economica	AEFI e ICE: il "Road to Expo 2015" si conclude in Giappone
04 marzo 2015	Golfpeople.eu	NEWS. "Foodex Japan: a Tokyo l'ultima tappa delle iniziative estere organizzate da AEFI con ICE Agenzia
03 marzo 2015	Bimag.it – Business International Magazine	Ice: "Road to Expo 2015" al Foodex Japan
03 marzo 2015	Alimentando.info	Si conclude a Foodex Japan 2015 il progetto di promozione "Road to Expo 2015"
03 marzo 2015	Corriere.it	Expo 2015: in Giappone ultima tappa Roadshow di Aefi e Ice
03 marzo 2015	Agricolae.eu	Agricoltura. Road to Expo 2015 si conclude in Giappone
03 marzo 2015	MF Dow Jones	Expo 2015: in Giappone ultima tappa Roadshow di Aefi e Ice
Gennaio/Febbraio 2015	Dossier Veneto 2015	Un Paese da esposizione
27 gennaio 2015	Il Gazzettino	Per le fiere italiane Expo è già iniziata
19 gennaio 2015	Affari&Finanza	In viaggio verso Expo 321 nuovi passeggeri
24 dicembre 2014	Businesscommunity.it	Riello (AEFI): Le fiere sono uno strumento strategico per lo sviluppo
09 dicembre 2014	Tribuna Economica	AEFI con ICE: conclusa la prima fase del "Road to Expo 2015"
07 dicembre 2014	Avvenire	ROAD TO EXPO. Conclusa la prima tappa del percorso Ice e Aefi
05 dicembre 2014	MF Dow Jones	Expo 2015: Aefi porta 321 operatori stranieri alle fiere italiane
05 dicembre 2014	AskaNews	Expo, si chiude la prima fase delle attività di Aefi con Ice
05 dicembre 2014	Agir	Expo, si chiude la prima fase delle attività di Aefi con Ice
05 dicembre 2014	Agricolae.eu	Road to Expo 2015, conclusa prima fase attività Aefi con Ice su iniziative incoming in manifestazioni agroalimentare
05 dicembre 2014	IIVelino.it	Agroalimentare: Si chiude con successo la prima fase delle attività di AEFI con ICE
05 dicembre 2014	PPN PrimaPaginaNews	AEFI "Road to Expo 2015": si chiude con successo la prima fase
05 dicembre 2014	MilanoFinanza.it	Road to Expo 2015 chiude con successo prima fase attività di AEFI-ICE

05 dicembre 2014	ItaliaOggi.it	Road to Expo 2015 chiude con successo prima fase attività di AEFI-ICE
05 dicembre 2014	Corriere.it	Expo 2015: Aefi porta 321 operatori stranieri alle fiere italiane
05 dicembre 2014	ContattoNews.it	Expo si chiude la prima fase delle attività di Aefi con Ice
05 dicembre 2014	Finanza.tiscali.it	Agroalimentare: Si chiude con successo la prima fase delle attività di AEFI con ICE
05 dicembre 2014	Impresamia.it	Road to Expo 2015": si chiude con successo la prima fase di incoming di Aefi con Ice
05 dicembre 2014	WallStreetItalia.com	Aefi "Road to Expo 2015": si chiude con successo la prima fase
05 dicembre 2014	E20Express.it	Road to Expo 2015', si chiude la prima fase delle attività di Aefi con ICE
05 dicembre 2014	MediaKey.tv	Road to Expo 2015
19 novembre 2014	Il Gazzettino Belluno	Mig: duecento espositori
07 novembre 2014	Tribuna Economica	Emirati Arabi Uniti, Road Expo 2015 a Dubai
03 novembre 2014	Il Sole 24 Ore	Food italiano in tournée mondiale
novembre 2014	Espansione	Anche le pmi si aprono al mondo
25 settembre 2014	La Voce di Romagna	Aefi e Ice incontrano russi, arabi e marocchini
25 settembre 2014	Tribuna Economica	AEFI con ICE nelle principali manifestazioni internazionali dell'agroalimentare
25 settembre 2014	Diario del web	«Road to Expo 2015»
24 settembre 2014	IM-Impresamia.com	Internazionalizzazione - Le iniziative di Road to Expo 2015: prosegue il viaggio di AEFI con ICE nelle principali manifestazioni internazionali dell'agroalimentare
24 settembre 2014	Wallstreetitalia.it	Aefi con Ice nelle manifestazioni internazionali agroalimentari
24 settembre 2014	TM News	Aefi con Ice nelle manifestazioni internazionali agroalimentari
24 settembre 2014	9 Colonne	BigItaly focus "Road to Expo", continua il viaggio di Ice e Aefi
24 settembre 2014	Corriere.it	Fiere: proseguono iniziative Road to Expo2015 di Aefi e Ice
24 settembre 2014	MF Dow Jones	Fiere: proseguono iniziative Road to Expo2015 di Aefi e Ice
14 luglio 2014	Affari&Finanza	L'Agroalimentare in tour il mondo diventa vetrina con un occhio all'Expo
10 giugno 2014	Il Sole 24 Ore	Obiettivo 2015 per la ripartenza

giugno 2014	L'Impresa	Le nuove frontiere del sistema fieristico. Il focus è sulla consulenza alle imprese
03 aprile 2014	ItaliaOggi	Sulla rotta dell'Expo
02 aprile 2014	E20Express.it	AEFI-Road to Expo 2015, la strada verso Expo passa dall'incoming. Il progetto supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione dell'agroalimentare italiano
01 aprile 2014	BtBoresette.com	Aefi parte con il Road to Expo 2015 Venti fiere per sostenere il settore agroalimentare
01 aprile 2014	Tribuna Economica	AEFI: "Road to Expo 2015 supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista"
31 marzo 2014	Informacibo.it	"Road to Expo 2015" a supporto del sistema fieristico sul palcoscenico internazionale dell'Esposizione Universale . AEFI e ICE/Agenzia hanno elaborato un ambizioso programma di attività, in Italia e all'estero
31 marzo 2014	MF Dow Jones	Expo 2015: Mise e Ice promuoveranno sistema agroalimentare italiano
marzo 2014	L'Imprenditore	Fiere italiane passaporto per il mondo

5 marzo 2015

LE FIERE COME LEVA DI PROMOZIONE

ROAD TO EXPO 2015 IN GIAPPONE

Si concludono al Foodex Japan di Tokyo, dal 3 al 6 marzo, le iniziative estere organizzate da AEFI con ICE Agenzia

Si conclude in Giappone il programma delle iniziative estere organizzate da AEFI e ICE Agenzia nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l'obiettivo di massimizzare l'impatto positivo dell'Esposizione Universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano.

Dopo aver fatto tappa nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Russia, Cina ed Emirati Arabi, dal 3 al 6 marzo, Road to



Expo 2015 arriva a Tokyo al Foodex Japan 2015, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage. Per la 40esima edizione di Foodex Japan sono previsti espositori provenienti da 83 Paesi e circa 80 mila visitatori. Un'altra opportunità per le fiere italiane per promuovere nel mondo l'eccellenza del comparto agroalimentare, sviluppando nuove

opportunità di business.

A Foodex, l'Italia è presente con la più grande partecipazione estera dell'intera manifestazione: 150 espositori provenienti da tutta Italia. L'ufficio ICE Agenzia di Tokyo, per l'occasione, ha organizzato un ricco programma di presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking per valorizzare gusti e sapori del nostro Paese. Naturalmente un focus particolare a Road to Expo 2015 sarà dedicato alla presentazione delle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che ad attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".



4 marzo 2015

BigItaly focus

**Road to Expo 2015: l'Italia porta 150 espositori a Foodex Japan
TOKYO**

(4 mar) Dopo le tappe in Germania, Francia, Usa, Russia, Cina ed Emirati Arabi si chiude in Giappone il programma delle iniziative estere organizzate da Aefi e Ice Agenzia nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo economico per massimizzare l'impatto positivo dell'Esposizione Universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano. L'Italia è infatti in questi giorni a Tokyo per Foodex Japan 2015, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore food&beverage, con ben 150 espositori provenienti da tutto il Paese. L'ufficio Ice Agenzia di Tokyo, per l'occasione, ha organizzato un ricco programma di presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking e un focus particolare a Road to Expo 2015 sarà dedicato alla presentazione delle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che ad attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia". (Red)

SCHEDA / ROAD TO EXPO 2015

Le iniziative estere di Road to Expo 2015 hanno coinvolto le seguenti Fiere internazionali:
Usa: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno-1 luglio 2014; Russia: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014; Francia: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014; Francia: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014; Cina: Hkiwsf (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 6-8 novembre 2014; Emirati Arabi: The Speciality Food Festival Gulfood Manufacturing – Dubai, 9-11 novembre 2014; Russia: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014; Emirati Arabi: Abu Dhabi Sial - Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014; Usa: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015; Emirati Arabi: Gulfood - Dubai, 08-12 febbraio 2015; Germania: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015; Giappone: Foodex – Tokyo, 3-6 marzo 2015.

4 marzo 2015

Road to Expo termina al Foodex di Tokyo



Con il **Foodex di Tokyo**, in programma proprio in questi giorni in Giappone, si sta concludendo il programma delle iniziative estere organizzate da **AEFI** e **ICE** Agenzia nell'ambito di "**Road to Expo 2015**", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l'obiettivo di massimizzare l'impatto positivo dell'esposizione universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano.

Dopo aver fatto tappa nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Russia, Cina ed Emirati Arabi, dal 3 al 6 marzo, Road to Expo 2015 arriva a Tokyo al Foodex Japan 2015, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.

Per la 40° edizione della kermesse asiatica sono presenti espositori provenienti da 83 Paesi e circa 80 mila visitatori. Un'altra opportunità per le fiere italiane per promuovere nel mondo l'eccellenza del comparto agroalimentare, sviluppando nuove opportunità di business.

A Foodex, infatti, l'Italia è presente con la più grande partecipazione estera dell'intera manifestazione: 150 espositori in tutto. E ICE Agenzia di Tokyo, per l'occasione, ha organizzato un ricco programma di presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking per valorizzare gusti e sapori del nostro Paese.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha colto il valore e le potenzialità: lo confermano non solo i numeri delle fiere del settore (che contano 14.000 espositori e 1.400.000 visitatori), ma anche il calendario di Road to Expo, che da luglio a oggi ha fatto registrare un ottimo numero di adesioni per tutte e 12 le tappe internazionali.

Calendario Road to Expo 2015:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014
- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulfood Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial – Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014
- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulfood – Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015

4 marzo 2015

AEFI e ICE: il “Road to Expo 2015” si conclude in Giappone

Si conclude in Giappone il programma delle iniziative estere organizzate da AEFI e ICE Agenzia nell’ambito di “Road to Expo 2015”, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l’obiettivo di massimizzare l’impatto positivo dell’Esposizione Universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l’agroalimentare ne ha colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall’estero.

Dopo aver fatto tappa nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Russia, Cina ed Emirati Arabi, dal 3 al 6 marzo, Road to Expo 2015 arriva a Tokyo al Foodex Japan 2015, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.

Per la 40esima edizione di Foodex Japan sono previsti espositori provenienti da 83 Paesi e circa 80 mila visitatori. Un’altra opportunità per le fiere italiane per promuovere nel mondo l’eccellenza del comparto agroalimentare, sviluppando nuove opportunità di business.

A Foodex, l’Italia è presente con la più grande partecipazione estera dell’intera manifestazione: 150 espositori provenienti da tutta Italia. L’ufficio ICE Agenzia di Tokyo, per l’occasione, ha organizzato un ricco programma di presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking per valorizzare gusti e sapori del nostro Paese. Naturalmente un focus particolare a Road to Expo 2015 sarà dedicato alla presentazione delle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che ad attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il “sistema Italia”.



4 marzo 2015

NEWS. “Foodex Japan: a Tokyo l’ultima tappa delle iniziative estere organizzate da AEFI con ICE Agenzia”.

Milano, 03 marzo 2015 – Si conclude in **Giappone** il programma delle iniziative estere organizzate da AEFI e ICE Agenzia nell’ambito di **“Road to Expo 2015”**, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l’obiettivo di massimizzare l’impatto positivo dell’Esposizione Universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l’agroalimentare ne ha colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: **605.554 mq** di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), **14.000 espositori**, **1.400.000 visitatori**, di cui quasi **250.000 provenienti dall’estero**.

Dopo aver fatto tappa nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come **Germania, Francia, USA, Russia, Cina ed Emirati Arabi**, dal **3 al 6 marzo, Road to Expo 2015** arriva a **Tokyo** al **Foodex Japan 2015**, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.

Per la 40esima edizione di Foodex Japan sono previsti espositori provenienti da 83 Paesi e circa 80 mila visitatori. Un’altra opportunità per le fiere italiane per promuovere nel mondo l’eccellenza del comparto agroalimentare, sviluppando nuove opportunità di business.

A Foodex, l’Italia è presente con la più grande partecipazione estera dell’intera manifestazione: 150 espositori provenienti da tutta Italia. L’ufficio ICE Agenzia di Tokyo, per l’occasione, ha organizzato un ricco programma di presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking per valorizzare gusti e sapori del nostro Paese. Naturalmente un focus particolare a Road to Expo 2015 sarà dedicato alla presentazione delle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che ad attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il “sistema Italia”.

Le iniziative estere di Road to Expo 2015 hanno coinvolto le seguenti Fiere internazionali:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014
- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulfood Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial – Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014
- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulfood – Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015

AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all'erogazione di servizi per le fiere attraverso l'attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrativa-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi.

Sul piano internazionale, AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Union des Foires Internationales. Presieduta da Ettore Riello, AEFI conta 33 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 gran parte delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% del totale delle manifestazioni fieristiche che hanno luogo annualmente in Italia.

3 marzo 2015

Ice: “Road to Expo 2015” al Foodex Japan



Si conclude in Giappone il programma delle iniziative estere organizzate da **AEFI** e **ICE Agenzia** nell’ambito di “Road to Expo 2015”, il progetto promosso dal **ministero dello Sviluppo Economico** con l’obiettivo di massimizzare l’impatto positivo dell’Esposizione Universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano. Dopo aver fatto tappa nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Russia, Cina ed Emirati Arabi, dal 3 al 6 marzo, Road to Expo 2015 arriva a Tokyo al Foodex Japan 2015, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.

3 marzo 2015



Expo 2015: in Giappone ultima tappa Roadshow di Aefi e Ice

Milano – Con la partecipazione a Foodex Japan 2015, principale manifestazione asiatica del settore Food&Beverage, si conclude il programma delle iniziative estere organizzate da Aefi e Ice nell'ambito "Road to Expo 2015". Il progetto è stato promosso dal ministero dello Sviluppo Economico al fine di massimizzare l'impatto positivo dell'esposizione universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico del nostro paese nella promozione del comparto agroalimentare italiano. La tappa giapponese conclude il tour nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, dalla Germania agli Usa, dalla Russia alla Francia, dagli Emirati Arabi alla Cina. A Foodex Japan, arrivato alla 40esima edizione, è prevista la presenza di espositori provenienti da 83 paesi e sono attesi circa 80mila visitatori. L'Italia è presente con oltre 150 espositori. In programma, presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking organizzati da Ice per promuovere e valorizzare le eccellenze del nostro paese. Un'attenzione particolare sarà dedicata all'esposizione universale che andrà in scena a Milano, attraverso la presentazione delle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto "Road to Expo 2015" e la realizzazione di una serie d'attività b2b a beneficio dell'intero sistema Italia.

3 marzo 2015

Expo 2015: in Giappone ultima tappa Roadshow di Aefi e Ice

17:46 MILANO (MF-DJ)--Si conclude in Giappone il programma delle iniziative estere organizzate da Aefi e Ice Agenzia nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l'obiettivo di massimizzare l'impatto positivo dell'Esposizione Universale 2015 sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano. Il Roadshow, si legge in una nota, ha fatto tappa nelle piu' importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come Germania, Francia, Usa, Russia, Cina ed Emirati Arabi. In Giappone approdera' a Tokyo al Foodex Japan 2015, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.
com/cas (fine) MF-DJ NEWS 0317:45 mar 2015

3 marzo 2015

AGRICOLTURA

ROAD TO EXPO 2015 SI CONCLUDE IN GIAPPONE

Si conclude in **Giappone** il programma delle iniziative estere organizzate da AEFI e ICE Agenzia nell'ambito di "**Road to Expo 2015**", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l'obiettivo di massimizzare l'impatto positivo dell'Esposizione Universale sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: **605.554 mq** di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), **14.000 espositori**, **1.400.000 visitatori**, di cui quasi **250.000 provenienti dall'estero**.

Dopo aver fatto tappa nelle più importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come **Germania, Francia, USA, Russia, Cina ed Emirati Arabi**, **dal 3 al 6 marzo**, **Road to Expo 2015** arriva a **Tokyo al Foodex Japan 2015**, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.

Per la 40esima edizione di Foodex Japan sono previsti espositori provenienti da 83 Paesi e circa 80 mila visitatori. Un'altra opportunità per le fiere italiane per promuovere nel mondo l'eccellenza del comparto agroalimentare, sviluppando nuove opportunità di business.

A Foodex, l'Italia è presente con la più grande partecipazione estera dell'intera manifestazione: 150 espositori provenienti da tutta Italia. L'ufficio ICE Agenzia di Tokyo, per l'occasione, ha organizzato un ricco programma di presentazioni, seminari, degustazioni e show cooking per valorizzare gusti e sapori del nostro Paese. Naturalmente un focus particolare a Road to Expo 2015 sarà dedicato alla presentazione delle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che ad attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

Le iniziative estere di Road to Expo 2015 hanno coinvolto le seguenti Fiere internazionali:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014
- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulfood Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial – Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014

- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulfood – Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015

3 marzo 2015

Expo 2015: in Giappone ultima tappa Roadshow di Aefi e Ice

17:46 MILANO (MF-DJ)--Si conclude in Giappone il programma delle iniziative estere organizzate da Aefi e Ice Agenzia nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico con l'obiettivo di massimizzare l'impatto positivo dell'Esposizione Universale 2015 sul sistema produttivo italiano e supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella promozione del comparto agroalimentare italiano. Il Roadshow, si legge in una nota, ha fatto tappa nelle piu' importanti manifestazioni mondiali del settore, in mercati-chiave come Germania, Francia, Usa, Russia, Cina ed Emirati Arabi. In Giappone approdera' a Tokyo al Foodex Japan 2015, la principale manifestazione asiatica dedicata al settore Food&Beverage.
com/cas (fine) MF-DJ NEWS 0317:45 mar 2015

Un Paese da esposizione

L'incremento del numero di manifestazioni, di espositori e visitatori registrati in autunno consolidano le fiere come «punti di riferimento per il nostro tessuto industriale» sottolinea Ettore Riello.

E ora arrivano anche 30 milioni per lo sviluppo

Per 3 imprese industriali su 4 e per 9 Pmi su 10 rappresenta in pratica l'unico canale di promozione del proprio business sul mercato

nazionale e all'estero. Il sistema fieristico italiano non è solo una grande vetrina, ma il motore più potente per generare affari e valorizzare la nostra eccellenza produttiva nel mondo. Con oltre 900 manifestazioni annuali all'attivo, di cui 196 di respiro internazionale, 22 milioni di visitatori accolti nel 2014 e quasi un miliardo di euro di fatturato, è ritenuto un settore nevralgico della nostra economia, che in questi anni «ha saputo contrastare la crisi innovando e investendo nell'internazionalizzazione». A sostenerlo è il presidente di Aefi Ettore Riello, che esprime soddisfazione per la capacità di tenuta mostrata dalle fiere negli ultimi anni e per i segnali di crescita rilevati dall'ultimo osservatorio congiunturale relativo al terzo trimestre 2014.

Quali indicatori registrano i miglioramenti più significativi e quali poli espositivi hanno ottenuto le performance più positive?

«Il comparto mostra segnali di ripresa, registrando valori positivi per tutti gli indicatori considerati - manifestazioni, espositori, superficie oc-



Ettore Riello, presidente di Aefi, associazioni esposizioni e fiere italiane



cupata e visitatori - e per tutti i 25 poli fieristici italiani associati Aefi coinvolti nell'indagine. L'analisi in particolare mostra un incremento dell'andamento del flusso di visitatori e del numero degli espositori, in netto miglioramento con saldo posi-

tivo delle risposte del 20% rispetto a settembre 2013, quando era negativo. La capacità di ripresa del settore si riflette anche sul fatturato che nel trimestre in esame registra un +16%».

In una dinamica di crescita che coinvolge numero di espositori e superfici occupate, spicca l'incremento dei visitatori italiani, più marcato rispetto a quello dei visitatori Ue ed extra-Ue. Come va letto questo dato?

«Il saldo positivo del 36% delle risposte sul flusso complessivo dei visitatori conferma la ripresa già avviata nei trimestri precedenti e in questo giocano un ruolo decisivo i visitatori italiani, il che ritengo confermi



L'Italia è tra i Paesi europei

*che vanta la maggior eterogeneità
di organizzazioni fieristiche*

le fiere come punti di riferimento per il nostro tessuto industriale per far crescere il proprio business. Resta comunque molto positivo anche il trend dei visitatori esteri, con un saldo in crescita del 32 per cento per gli extra europei e del 24 per cento per gli europei, dipendente anche dal tipo di manifestazioni del trimestre in esame».

Al di là delle note liete, non si possono tacere i casi di acquisizioni o partnership – quando non di chiusura - di alcuni poli fieristici minori. Quanto pesano queste “defezioni” sulla solidità della nostra rete fieristica?

«Fare sistema è la chiave per valorizzare l'intero comparto. Natural-

mente le possibili dinamiche di accorpamento non sono semplici; bisognerebbe riuscire a creare condizioni favorevoli a questo tipo di processo, senza anteporre timori o interessi personali. Il nostro Paese è tra quelli che più in Europa vanta un'eterogeneità di organizzazioni fieristiche. Questo è un valore che va preservato, sia per l'intero sistema che per i territori perché abbiamo realtà in grado di rappresentare comparti e aziende di grande varietà. Tuttavia, in alcuni casi un processo di

aggregazione potrebbe amplificare il ritorno offerto sia al mercato che al territorio».

Lei è stato da poco riconfermato alla presidenza di Aefi. Quali i punti salienti in cima al suo nuovo programma di mandato?

«L'internazionalizzazione e il dialogo con le istituzioni, di cui da anni sottolineo l'importanza per posizionare le fiere come leva strategica per la politica industriale del Paese. In un mercato domestico incentrato su un tessuto industriale di pmi, il supporto

delle fiere per approcciare i mercati stranieri è quanto mai vitale e come Aefi ci adoperiamo per questo. Tra i ritocchi alla legge di stabilità approvati dal Governo rientreranno anche 220 milioni all'Agenzia Ice per finanziare il Piano straordinario per la promozione del made in Italy fino al 2017. Grazie alla sensibilità del viceseministro Calenda, che ha ascoltato anche le nostre istanze, 30 milioni di euro saranno destinati allo sviluppo degli eventi fieristici. Un risultato che ci rende orgogliosi. Stiamo anche promuovendo il processo di certificazione per far comprendere agli operatori internazionali l'elevato livello delle nostre manifestazioni».

Manca poco a Expo 2015, la sfida delle sfide per il sistema espositivo italiano. Quali iniziative state mettendo in campo sul piano informativo e promozionale?

«Expo è un'occasione per tutto il Paese. Per questo tutti i nostri associati sono in prima linea nella promozione dell'evento. Come Aefi, insieme a Ice Agenzia e al supporto del Ministero dello Sviluppo economico, abbiamo messo a punto il progetto Road to Expo 2015, per supportare concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione e valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano. Grazie a importanti iniziative di incoming abbiamo già fatto conoscere l'industria agroalimentare italiana a centinaia di operatori stranieri e offerto la possibilità di avviare nuovi business a livello internazionale. Il progetto prevede inoltre una serie di attività all'estero nelle principali manifestazioni internazionali del settore agroalimentare».

Giacomo Govoni

Sfila l'edilizia del futuro. Toccando legno

Va in scena la nona edizione della kermesse che porta alla ribalta soluzioni nuove, in una logica costruttiva ecologica. Raul Barbieri anticipa i contenuti di Legno&Edilizia



Il 2014 è stato il trampolino di lancio per cogliere le opportunità di business dell'Esposizione Universale che si terrà tra tre mesi a Milano

Per le fiere italiane Expo è già iniziata

I principali poli espositivi del Paese mostrano segnali di ripresa. Crescono visitatori e fatturato

Expo 2015 è dietro l'angolo. E l'angolo è molto vicino. Se la cronaca degli scorsi mesi ha registrato difficoltà nel percorso che porta alla realizzazione del grande evento che si terrà a Milano, il sistema delle fiere nazionali non è rimasto a guardare, e ha colto il refo di ripresa che soffia su alcune aree del Paese per entrare nella scia di opportunità che l'Esposizione Universale darà, e in parte già sta dando, al sistema economico nazionale. Infatti, l'ultima rilevazione trimestrale sul comparto fieristico, condotta dall'Osservatorio congiunturale di Aefi (l'associazione Esposizioni e Fiere italiane), ha confermato un trend di ripresa soprattutto rispetto ad un 2013 che aveva fatto registrare alcuni dati negativi o a crescita 0. Numeri che avevano acceso un campanello di allarme in un settore che occupandosi degli scenari futuri dell'economia e dell'industria, molte volte anticipa l'andamento delle imprese e degli investimenti, italiani ed esteri. Ma, nonostante una crisi difficile da scrollarsi di dosso, i dati raccolti tra luglio e settembre del 2014 sono migliori sia di quelli del trimestre precedente, sia di quelli dello stesso periodo del 2013. L'indagine, che ha coinvolto 25 poli fieristici italiani associati ad Aefi (un terzo di questi situati nelle regioni del nordest), ha registrato infatti segnali positivi per tutti gli indicatori considerati: numero di manifestazioni, espositori complessivi, superficie occupata e visitatori complessivi. Il dato probabilmente più interessante riguarda il flusso dei visitatori che segna un +36%, andando a confermare la tendenza registrata nei due trimestri precedenti: +20 (a giugno) e +28% (a marzo). Particolarmente interes-

sante è lo spaccato dei visitatori italiani che fanno registrare le performance più positive (saldo +36%), mentre i visitatori extra Ue ed europei segnano un incremento leggermente inferiore, rispettivamente del 32% e del 24%. Buoni anche i numeri sulle superfici occupate, cresciute dell'8% (un incremento doppio rispetto alla rilevazione precedente: +4%). La crescita degli espositori viene confermata al 20%, come nel secondo trimestre del 2014. Interessante anche l'analisi della provenienza degli espositori che registra saldi positivi per tutte e tre le componenti: +8% per la superficie occupata dagli italiani, +20% dagli europei e +24% dagli espositori esteri provenienti dai paesi extra Ue. Numeri particolarmente importanti perché confermano una decisa inversione di tendenza rispetto all'anno precedente quando, nello stesso periodo, si era registrata una contrazione dell'8 per cento. L'altro elemento "pesante", capace di far comprendere come, probabilmente, per il sistema fieristico italiano sia cominciata la risalita, riguarda il fatturato. Da luglio a settembre infatti si è registrato un +16%, quando nello stesso trimestre del 2013 il saldo era stato pari a 0. Ma non per tutti va nello stesso modo: se per il 32% dei poli fieristici che hanno risposto al questionario dell'Aefi il fatturato ha mostrato un andamento positivo, per il 52% è stabile e per una minoranza, il 16%, è in discesa. Nel suo insieme i dati trimestrali hanno fatto affermare al presidente dell'associazione **Ettore Riello** (numero 1 di **Veronafiere**), che "il settore fieristico è in

graduale ripresa; uno scenario che, per quanto continui a fare i conti con il difficile contesto, offre diversi segnali positivi grazie alla capacità degli associati di contrastare con determinazione le sfide congiunturali. Questo ci permette di guardare con fiducia i prossimi mesi e affrontare con ritrovato entusiasmo la grande opportunità di Expo 2015".

Expo 2015 che, con il suo focus sull'agroalimentare, è al centro delle iniziative promosse da Aefi. L'associazione ha infatti chiuso a dicembre il primo step del programma di iniziative organizzate con Ice, l'agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Iniziative che rientrano nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. L'iniziativa era cominciata all'inizio del 2014, con importanti azioni di incoming per portare nelle manifestazioni nazionali, dedicate al food&wine, operatori esteri specializzati.

Le rassegne coinvolte sono state 23, tra cui **Vinitaly** a Verona e **Cibus** a Parma, dislocate in 13 diversi poli fieristici. Per questi eventi sono arrivate delegazioni e operatori da numerosi Paesi particolarmente sensibili a questo settore, molto rilevante per il sistema nazionale, come Cina, Giappone, Russia, Usa, Australia e Brasile.

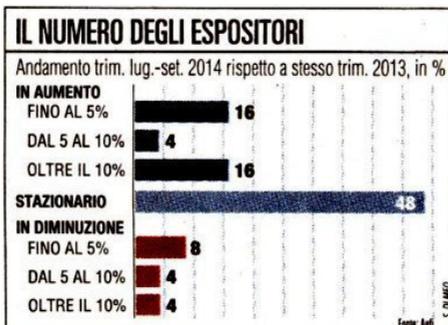
Nel dettaglio, nell'ambito di "Road to Expo 2015", sono giunti in Italia 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti.



rapporti fiere

[IL PROGETTO]

In viaggio verso Expo 321 nuovi passeggeri



SONO GLI OPERATORI ECONOMICI STRANIERI CHE HANNO PARTECIPATO PER LA PRIMA VOLTA ALLE FIERE. E' IL RISULTATO DEL PIANO DI AZIONI VARATO DA ICE E AEFI NELL'AMBITO DEL PROGETTO MINISTERIALE CHE PUNTA A VALORIZZARE L'AGROALIMENTARE ITALIANO

Milano

Si è concluso in modo positivo il primo step del programma di iniziative organizzate da Ice e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015": il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'esposizione universale. "Road to Expo 2015" ha preso il via all'inizio del 2014 coinvolgendo 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a "Road to Expo 2015", 321 nuovi operatori stranieri — 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti — hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Il viaggio verso l'Expo prosegue anche quest'anno, fino ad aprile, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati-chiave come Germania, Francia, Usa, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa. Durante il tour verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale. I visitatori vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a "Road to Expo 2015" e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

(v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



24 dicembre 2014

http://www.businesscommunity.it/m/20141224/cover/Riello_AEFI_Le_fiere_sono_uno_strumento_strategico_per_lo_sviluppo_.php



Cover Story



Riello (AEFI): Le fiere sono uno strumento strategico per lo sviluppo

Finanza e investimenti



Prospettive per il 2015: la divergenza delle politiche in un contesto disinflazionistico



Azioni e fonti di rendimento diversificate



Il ritorno delle oscillazioni del dollaro fattore chiave per il 2015



Che cosa succede in caso di deflazione o di inflazione?



Finanza immobiliare: manovre per uscire dalla situazione di stress



Prestiti: crescono del 14% gli importi medi richiesti

Marketing



Italia all'undicesimo posto al mondo per valore del suo brand



La neonata CODIM sigla un accordo strategico con Lekkerland

Digital Business



La rivoluzione per gli e-store del Made in Italy e' cominciata



Boom degli acquisti online per le festività natalizie

Fare Business



Le crisi d'impresa in Italia: lo scenario attuale e le prospettive possibili



Il passaggio generazionale e' strategico per la competitività aziendale



Bilancio positivo delle aziende alimentari italiane alla fiera di Pechino



Una "nuvola" sempre piu' performante, sicura e affidabile



La catena distributiva Il Gigante entra nel gruppo Selex



"Gira con noi": nuove soluzioni di mobilità su misura per le PMI

Sport Business



Con Dan Wilson Carrera Podium raggiunge l'Australia

Leisure



Il management oggi? E' cross, self, content



Helly Hansen lancia la Offshore Racing Collection

BusinessCommunity.it
Settimanale economico finanziario

Direttore Responsabile:
Gigi Beltrame

Direttore Editoriale:
Claudio C. Gandolfo

[Per informazioni clicca qui.](#)

Riello (AEFI): Le fiere sono uno strumento strategico per lo sviluppo

Il settore fieristico italiano è 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



Continuano a rappresentare **per il 75% delle imprese italiane l'unico mezzo di promozione sui mercati** e lo strumento fondamentale per il proprio sviluppo, **utile al contatto diretto con il mercato** e alla comunicazione della competenza aziendale in fase di ricerca attiva del potenziale acquirente. Sono le fiere, che stanno vivendo un momento di evoluzione e che vede l'Italia in prima fila a livello internazionale. Ne abbiamo parlato con **Ettore Riello, Presidente AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane**.

In un periodo di difficile congiuntura del Paese, qual è l'andamento nel complesso del comparto fieristico?

Il 2013 è stato un anno di sofferenza anche per il nostro settore, come riflesso del perdurare della crisi, ma **nel 2014 abbiamo iniziato a registrare segnali positivi**.

Il settore fieristico italiano, mostra **segnali di vitalità**, soprattutto grazie alle numerose realtà che hanno saputo innovare e investire nelle **attività di supporto all'internazionalizzazione**.

I dati del III trimestre del nostro Osservatorio congiunturale evidenziano un trend di crescita: sia il flusso di visitatori che il numero degli espositori



hanno registrato risultati positivi, (con saldi positivi rispettivamente del 36% e 20%.

La capacità di ripresa del comparto si riflette anche sull'andamento del **fatturato**, che nel trimestre **luglio-settembre 2014 segna un saldo del +16%**, in crescita sia rispetto al trimestre precedente che allo stesso periodo del 2013.

Credo tuttavia sia importante sottolineare che **per poter continuare in questo processo di sviluppo** e sostegno delle imprese, da un lato **le Fiere debbano proseguire nella ricerca e nell'offerta di nuove soluzioni e servizi innovativi**, rinnovando i format per adattarsi e anticipare i nuovi trend e le esigenze di operatori e visitatori; dall'altro **le Istituzioni devono ragiona-**

re sempre più tenendo conto di avere a disposizione nelle fiere uno strumento strategico per lo sviluppo della politica industriale del Paese.

Quali sono le maggiori differenze di andamento tra le fiere BtoB e quelle BtoC?

Direi che mentre **le fiere BtoC possono essere un ottimo strumento di brand awareness**, sono certamente **le fiere BtoB il luogo di incontro reale e strategico tra domanda e offerta, vero strumento di crescita e internazionalizzazione delle nostre imprese**. Ognuna delle due tipologie di manifestazione ha ovviamente le sue valenze, dipende dagli obiettivi e dalle esigenze delle aziende. Quello che posso aggiungere è che in questo momento in cui le imprese necessitano così fortemente di un supporto alla crescita del business, **è impor-**

tante che gli organizzatori delle manifestazioni sappiano aggiungere, anche in occasione di fiere per vocazione BtoC, momenti di incontro e networking BtoB.

Come AEFI chiedete da tempo un riconoscimento concreto del settore come strumento di politica industriale. Quali sono le vostre proposte e richieste nel merito e con quali finalità?

E' verissimo. Da anni sottolineiamo questa necessità e continueremo a farlo. **Le fiere**

continuano a rappresentare per il 75% delle imprese italiane l'unico mezzo di promozione sui mercati e lo strumento fondamentale per il proprio sviluppo, utile al contatto diretto con il mercato e alla comunicazione della competenza aziendale in fase di ricerca attiva del potenziale acquirente. Inoltre, per un mercato domestico come il nostro, fortemente incentrato su un tessuto industriale di PMI, il supporto delle fiere per approcciare i mercati stranieri è quanto mai vitale. Non solo, parallelamente, **ci siamo impegnati a proporre tutte le misure e le iniziative possibili per consentire ai nostri associati di liberare risorse,** utili sia a cogliere le immediate opportunità presentate da **Expo 2015** sia ad **investire nella crescita domestica e internazionale** con un'ottica di lungo periodo. Vanno in questa direzione, ad esempio, **le proposte di intervento che abbiamo**

avanzato al Ministero per lo Sviluppo Economico che includono tra l'altro un **duplice intervento di defiscalizzazione**, a favore delle imprese che partecipano alle fiere internazionali in Italia e all'estero e per le fiere stesse che investono sui mercati esteri. Come Aefi **ci siamo adoperati perché le fiere fossero incluse nel Piano Straordinario per la promozione del Made in Italy.** Grazie alla sensibilità del viceministro per lo Sviluppo economico Carlo Calenda, che ha ascoltato le nostre istanze, 30 milioni di euro saranno destinati allo sviluppo degli eventi fieristici.

Si parla delle necessità di accorpamento dei diversi poli fieristici e di parcelizzazione dell'offerta. Qual è la posizione AEFI?

"Fare sistema" è l'unica chiave per valorizzare l'intero comparto. Serve una

compattanza associativa sempre maggiore, un gioco di squadra in cui tutti seguano le stesse logiche e lavorino per interessi comuni. **Il nostro Paese è tra quelli che più in Europa vanta un'eterogeneità di organizzazioni fieristiche.** Questo è certamente **un valore che va preservato**, sia per l'intero sistema che per i territori, perché abbiamo realtà in grado di rappresentare comparti e aziende di grande varietà. Tuttavia è vero che **in alcuni casi un processo di aggregazione potrebbe amplificare il ritorno offerto sia al mercato che al territorio.**

Le possibili dinamiche di integrazione e accorpamento non sono certo semplici, ma laddove si riuscisse a creare o identificare condizioni favorevoli a questo tipo di processo, senza anteporre timori o interessi personali, AEFI le guarderebbe e analizzerebbe con interesse, favore e spirito costruttivo per l'intero comparto.

Il 2015 sarà l'anno di EXPO. Come si prepara il settore e attraverso quali strategie?

Vivendolo per ciò che realmente è: **un'occasione per tutto il Paese.** Per questo tutti i nostri associati sono in prima linea nella promozione dell'evento, a partire dalle manifestazioni che coprono a diverso titolo la filiera dell'agroalimentare. A tal proposito, e tornando al tema sopracitato del "fare sistema", come **AEFI, insieme a ICE Agenzia e al supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, abbiamo messo a punto il progetto Road to Expo 2015**, che grazie a importanti iniziative di incoming **ha fatto conoscere le peculiarità dell'industria agroalimentare italiana a 321 nuovi operatori stranieri**, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business a livello internazionale. Road to Expo 2015 prevede inoltre **una serie di attività all'estero**, che proseguiranno anche nei pri-

mi mesi del prossimo anno, nelle principali manifestazioni internazionali del settore agroalimentare **toccando mercati target quali Germania, Francia, Usa, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa.**

L'internazionalizzazione e l'approdo verso nuovi mercati è uno dei temi più caldi per le grandi fiere italiane. Quali sviluppi prevede per il futuro e come si muoveranno i diversi poli fieristici?

L'internazionalizzazione è la chiave di volta per la crescita delle nostre imprese e le fiere ricoprono un ruolo centrale.

Come AEFI da tempo lavoriamo per far percepire agli operatori internazionali l'elevato livello delle nostre manifestazioni, promuovendo, ad esempio, il processo di certificazione. Un progetto che abbiamo promosso in collaborazione con

CFI, CFT, la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome e Unioncamere, con il decisivo supporto del Ministero dello Sviluppo Economico, che per il secondo anno consecutivo ha stanziato contributi destinati alle fiere che si certificheranno, con l'obiettivo di valorizzare il sistema e la sua collocazione nel panorama internazionale, nell'interesse degli espositori e dei visitatori che frequentano le manifestazioni.

Come si è evoluta e quanto conta la concorrenza delle manifestazioni internazionali?

Conta molto, ma il nostro sistema sta facendo bene. Il settore fieristico italiano è 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. Fiere di grandi e piccole dimensioni presentano naturalmente notevoli differenze nelle modalità di approccio ai mercati stranieri. **Le più grandi sono genericamente più strutturate,** e nel tempo, hanno costruito e consolidato piattaforme promozionali e network di relazioni perfettamente radicate sul doppio fronte Italia-estero.

Ma **rileviamo una crescita delle iniziative che guardano oltreconfine anche nelle fiere di piccole e medie dimensioni.** A queste, in particolare, AEFI ha dedicato uno strumento di supporto aggiuntivo, nato dall'accordo di collaborazione sottoscritto tra AEFI e ICE Agenzia. Questo permette ai nostri associati stipulando specifici accordi operativi, di conferire a ICE incarichi di rappresentanza su uno o più mercati esteri, per **incrementare l'incoming di espositori esteri alle fiere italiane** e stringere relazioni con interlocutori stranieri strategici per il proprio business.

L'innovazione è un tema particolarmente utilizzato e forse abusato. Come viene declinato dai diversi poli fieristici? Come sarà la fiera del futuro, conta solo la tecnologia o saranno altri i fattori chiave?

Le manifestazioni devono evolvere, sapere analizzare i mercati e rispondere ai loro mutamenti con nuovi prodotti e servizi aggiuntivi, assistere le vendite all'estero e supportare concretamente nel presidio di piazze internazionali strategiche. **Le fiere 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" su ciascuna azienda.

Tecnologia, web e social media rappresentano inoltre un mezzo dalle grandi potenzialità, sempre più strategico e sinergico per dare slancio al business delle imprese.

Lei è anche un imprenditore. Che tipo di ritorno si aspetta come azienda dalla partecipazione ad un evento nel 2015? Come è cambiato il rapporto tra le imprese e le manifestazioni di riferimento?

Contratti e contatti, la mission delle fiere non cambia. Cambiano le modalità con cui ci arriva.

9 dicembre 2014

AEFI con ICE: conclusa la prima fase del “Road to Expo 2015”

Categoria: [Istituzioni nazionali](#)

Pubblicato: 09 Dicembre 2014

Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di “Road to Expo 2015”, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri – 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

“Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo” – ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il “sistema Italia”.

pianta
verde

di Andrea Zaghi

L'allarme Coldiretti sul falso olio made in Italy

L'Italia dell'olio vale qualcosa come due miliardi di euro. Un numero importante, così come - in negativo - lo è il fatto che una sola frode a danno degli olivicoltori onesti vale circa 10 milioni di euro, senza contare il danno ben più pesante sopportato dal comparto in Italia e nel mondo. È fra queste due estremi che si dipana la vicenda dell'olio di oliva nostrano: bello

e buono olio extravergine, brutto e cattivo olio di carta (come ha annunciato il Ministero delle Politiche Agricole dando conto della maxitruffa appena scoperta). Eppure i numeri e le qualità per fare bene ci sono tutti. Basta pensare che il settore ha un patrimonio di circa 250 milioni di piante su 1,1 milioni di ettari di terreno, mentre sono 50 milioni le giornate di lavoro erogate. Ma quest'anno è stato registrato un calo della produ-

zione pari al 35%. In questo modo, l'Italia consoliderà anche la posizione di maggior importatore mondiale di olio di oliva. «Con il calo della produzione nazionale a circa 300mila tonnellate - dice la Coldiretti - c'è il rischio dell'intensificarsi dei tentativi di spacciare come italiano l'olio che non lo è». Da qui l'allarme dei coltivatori verso il commercio illegale di olio contraffatto, e il consiglio di fare più attenzione quando si acquista olio a prezzi molto

bassi. Da qui anche l'importanza dell'operazione dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari, che ha scoperto un giro di fatture false per oltre 10 milioni di euro relativo al commercio di oltre mezzo milione di litri di olio extravergine di oliva italiano, per un valore commerciale complessivo di 3 milioni di euro. «Il sistema - ha spiegato il ministero illustrando l'operazione "Olio di carta" - prevede-

va il coinvolgimento di imprese "cartiere" pugliesi e calabresi che emettono falsa documentazione sull'origine nazionale di olio extravergine di oliva di ignota origine e provenienza. Il prodotto arrivava alla fase di imbottigliamento già designato come made in Italy, pronto per il confezionamento e la distribuzione sul mercato». L'operazione era stata avviata proprio dopo la constatazione del calo di produzione avvenuto quest'anno. «L'azione di veri-

fica - ha detto il ministro Maurizio Martina - è stata potenziata e traccia il prodotto dall'ingresso nei porti, alla trasformazione e fino all'immissione in commercio».

Vale così ancora una volta un'indicazione ormai nota: in agricoltura, e non solo, accanto alla qualità del prodotto, contano anche la serietà dei produttori e delle Istituzioni. L'operazione "Olio di carta" ne è l'ultima prova evidente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Rete ferroviaria italiana tra le migliori in Europa

Bassi costi gestionali, produttività sopra la media

PAOLO PITTALUGA
MILANO

L'utente potrebbe dissentire nel leggere di «buona performance di Rfi» (Rete ferroviaria italiana). Equivocando che non si parla di treni ma di binari. Di buona performance scrivono - e per loro lo fanno i numeri - Ugo Arrigo e Giacomo di Foggia, docenti dell'Università Milano-Bicocca, che nello studio *Produzione, costi e performance delle principali reti ferroviarie dell'Unione europea*, alla fine di un approfondito parallelo tra sei "sistemi ferrati" del Vecchio Continente - Germania, Francia, Gran Bretagna, Italia, Spagna e Svezia - giungono a una conclusione che premia in nostro Paese. Mettendo in risalto che i risultati sono stati resi possibili sia dal contenimento dei costi di produzione, sia dall'incremento del traffico, perché i costi di gestione delle rete sono al di sotto della media europea e la produttività sopra alla media. Arrigo e di Foggia individuano anche spazi di miglioramento grazie ai processi di liberalizzazione. I Paesi analizzati hanno operato sulla rete in maniera differente, con Spagna, Francia, Germania e Italia che hanno realizzato consistenti investimenti nell'Alta velocità, la Gran Bretagna nel rinnovo della rete, la Svezia è rimasta un po' ferma. Partendo proprio dal nostro Paese va ricordato che Rfi è una società partecipata al 100% dalla holding pubblica Ferrovie dello Stato Italiane (FSI) che dal 2001 esercita in regime di concessione la gestione della rete ed è responsabile della ma-

nutenzione e degli investimenti riguardanti sia i rinnovi delle linee sia della messa in esercizio di nuove tratte, Alta velocità compresa. Qualche dato: la rete dello Stivale è di poco inferiore ai 16 mila 800 km. L'anno scorso i treni totali sono risultati per la prima volta in crescita e il segmento passeggeri a media e lunga percorrenza rappresentava il 30% dei treni per km, quello dei regionali il 59% e il trasporto merci l'11%. A bordo dei convogli la media è stata di poco più di 120 viaggiatori sui regionali e 240 sui media e lunga percorrenza mentre i convogli merci hanno trasportato mediamente 430 tonnellate. Qualche flash sugli altri Stati. In Gran Bretagna, la rete è di proprietà e gestita da Network Rail Ltd e si estende per poco meno di 16mila km in Inghilterra, Scozia e Galles. Va sottolineato che Network Rail è un ente di diritto privato non profit, privo di azionisti, soggetto agli indirizzi pubblici e ha l'obbligo di impiegare gli utili di bilancio per le sue finalità istituzionali. Qui i treni passeggeri rappresentano il 90% del traffico totale. Réseau Ferré de France ancora per poche settimane (sino al 1° gennaio 2015) è proprietario e responsabile della gestione transalpina: 30 mila km, la seconda in Europa dopo quella tedesca e la seconda nell'Alta velocità dopo la Spagna. I tedeschi, appunto, la cui la rete è controllata da DBNetz, 33mila km che vengono sfruttati capillarmente. La Spagna è il Paese che detiene il record delle linee ad Alta velocità. La rete è gestita da Adif e si tratta di una rete particolare perché accanto a quella tradizionale con uno scartamento più am-

pio c'è quella ad Alta velocità (oltre 2.500 km) omologata allo scartamento standard e ben 1150 km a scartamento ridotto. Per ultima la Svezia dove, dal 2010, la Trafikverket costruisce, mantiene gestisce sia la rete ferroviaria, sia la stradale e cura l'esercizio dei traghetti. Lunga 11mila km, è caratterizzata da una grande "semplicità" con costi ridotti. Considerazione finale, i costi di gestione della rete: variano in base all'estensione, più alti in Germania (3,8 miliardi) e Francia (2,9 miliardi) minori in Italia (1,6 miliardi).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TRENITALIA

Da domenica prossima in vigore il nuovo orario valido sino a giugno

Il viaggiatore domenica prossima dovrà prestare attenzione al "suo" treno, perché il 14 entrerà in vigore il nuovo orario di Trenitalia che resterà in vigore sino al 13 giugno 2015. La prima novità che l'azienda mette in luce è il potenziamento dei collegamenti e delle offerte in occasione dell'Expo. Ma da Roma mettono anche in risalto che il nuovo anno porterà in dono all'utenza la consegna alle Regioni dei 210 nuovi treni diesel ed elettrici e l'ammodernamento di oltre 1100 carrozze

come previsto dai contratti. Si punterà inoltre al miglioramento della puntualità. Per le lunghe percorrenze nazionali, Trenitalia offrirà 231 Freccie al giorno, 100 Intercity diurni e 24 Intercity notte. In più 38 collegamenti internazionali. In occasione dell'Expo milanese a Rho Fiera fermeranno 41 convogli in più, 19 Frecciarossa, 18 Frecciabianca e 4 Intercity notte. Ai quali vanno aggiunti 26 treni internazionali da Svizzera e Francia. Nel contesto del servizio regionale resta aperta la questione dei contratti, oggi in vigore 21 dei quali il 90% in scadenza il 31 dicembre prossimo. (P.Pit.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ALSTOM

Segnaletica «bolognese» per le ferrovie romene

Ci sarà molto di bolognese nel sistema di segnalamento ferroviario della linea veloce di 170 chilometri Sighisoara-Simeria in Romania. Infatti la sede Alstom di Bologna, quale leader di un consorzio, fornirà alla compagnia ferroviaria nazionale (CFR S.A.) la soluzione Ertms di livello 2 Atlas destinato alla tratta. La quota da contratto per Alstom ammonta a circa 100 milioni di euro. Ed è motivo di soddisfazione per la sede bolognese che conta 620 dipendenti ed è un centro di eccellenza mondiale per i sistemi di segnalamento ferroviario. L'intesa rappresenta l'inizio di opere di ammodernamento e di interventi nel segnalamento lungo la linea ove la velocità passerà da 120 orari a 160. Alstom fornirà anche un convoglio Coradia Polyvalent (diesel ed elettrico) per i test. (P. Pit.)

L'azienda paga una mensilità in più

Gli operai ringraziano sul giornale

FRANCESCO DAL MAS
ADRIA (ROVIGO)

Più di 800 navi, da quel 1927 quando il cantiere varò la prima imbarcazione. E ad Adria, città di origini etrusche del profondo Polesine, terra per decenni attraversata dalla crisi, le commesse vanno così bene che il "Vittoria" ha deciso di premiare i suoi collaboratori, cioè tutti i 65 dipendenti, con una mensilità in più, oltre la tredicesima. Gli operai nemmeno ci credevano, quando in ottobre Luigi Duo, il presidente dei Cantieri Vittoria, anticipò tanta generosità. In questi giorni, con l'incasso delle promesse mantenute, i lavoratori hanno deciso di ringraziare la loro azienda acquistando una pagina di un quotidiano locale. Confermano, appunto, la loro sorpresa per «un premio inaspettato, visto il momento congiunturale del paese». E si dicono riconoscenti con la proprietà perché riconosce «la collaborazione e la serietà del personale e la fiducia accordata in fase di produ-

zione». Ribadiscono, infine, il loro impegno, a fare ancora meglio. I pattugliatori multiruolo, in dotazione alla Guardia di Finanza e alle altre forze che sorvegliano i mari, ma anche motovedette per numerosi Paesi del Mediterraneo, e poi navi da carico, pescherecci, petroliere, draghe, ferry boat, navi passeggeri, magari costruite in leghe leggere di alluminio aeronautico, piuttosto che in acciai al carbonio ad alta resistenza, o in altri materiali ancora: ad Adria si vara di tutto e di più. E sempre di meglio: anche navi di ricerca e soccorso inaffondabili e autoraddrizzanti. Quest'anno, in tal modo, l'azienda raggiungerà un fatturato di oltre 52 milioni di euro, in crescita del 6% rispetto al 2013, e un utile netto di circa 10 milioni, oltre il doppio del valore del 2013 (4,6 mln). E nuove prospettive di sviluppo si stanno profilando dall'accordo di collaborazione con Fincantieri. Si è commosso il presidente Duo prendendo visione del messaggio dei suoi collaboratori. «Hanno accolto - dice - le opportunità offerte dall'acquisizione di nuove commesse con entusiasmo e un senso di responsabilità che ha colpito tutta la dirigenza».

«**D**a oltre cinquant'anni, i fondi comuni d'investimento rappresentano una preziosa risorsa al servizio del risparmio delle famiglie e della crescita del nostro Paese. Il loro contributo allo sviluppo di un moderno mercato dei capitali è stato fondamentale e oggi essi sono protagonisti di primo piano nell'offerta dei servizi di gestione professionale del risparmio». Giordano Lombardo, presidente di Assogestioni, scrive così al termine del bel libro «Breve storia dei fondi comuni in Italia», scritto da Alessandro Rota in occasione dei 30 anni dell'associazione dei gestori. All'importante compleanno l'industria italiana del risparmio gestito arriva con numeri di tutto rispetto. In 30 anni i prodotti sono passati da 10 a 4.300 e il patrimonio complessivo gestito dai fondi è superiore ai 1.536 miliardi. Di questi 663 miliardi sono confluiti nei soli fondi aperti, il miglior risultato degli ultimi trent'anni (il precedente record era del 2006 quando questi strumenti gesti-

L'industria dei fondi fa 30 anni

Patrimonio grande come il Pil

ANDREA GIACOBINO

vano attivi per oltre 656,3 miliardi). Numeri record anche sul fronte della raccolta. Lo scorso ottobre, infatti, ha confermato il buon momento del settore e, grazie a un saldo mensile pari a 12,4 miliardi spinge il bilancio da inizio anno a quota 110,5 miliardi. Di questi oltre 76 miliardi sono merito dei fondi aperti che si avvicinano prepotentemente alla seconda miglior raccolta annuale della storia, gli 88

miliardi registrati nel 1999. Questi numeri rappresentano anche un'occasione storica. Il sistema finanziario italiano ed europeo, ancora largamente dipendente dal credito bancario, sarà sempre meno in grado di fornire da solo al sistema produttivo, quindi all'economia reale, un ammontare di risorse adeguato al finanziamento della ripresa e dello sviluppo. La situazione è particolarmente penalizzante per

le imprese di minori dimensioni per le quali risulta più difficile far fronte alla restrizione creditizia sostituendo i prestiti bancari con altri mezzi di finanziamento. Le società di gestione dei fondi amministrano una fetta importante e crescente delle risorse del Paese. Ciò consentirà loro di giocare un ruolo centrale nel processo di canalizzazione che, in maniera ordinata, trasparente e finanziariamente efficiente, dovrà portare masse crescenti di risparmio delle famiglie verso l'economia reale, specialmente verso le imprese di piccole e medie dimensioni. È necessario però che la politica, superando le incertezze del passato, riconosca al risparmio orientato al lungo termine lo status di "obiettivo di policy", anche grazie ad uno specifico regime di favore, anche (ma non solo) di carattere fiscale. L'auspicio si riferisce a quei Piani Individuali di Risparmio, già ampiamente diffusi in altri Paesi, specificamente orientati all'investimento di lungo periodo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



RISPARMIO DIETRO LE QUINTE

Brevi

FINANZA Direttiva Aifm e Sicav al consiglio direttivo Aifi

Il consiglio direttivo Aifi, in settimana, ospita il ministro Padoa-Schioppa, si focalizza sul tema dell'importanza delle attività portate avanti dal governo e dal suo ministero al fine di far ripartire l'economia del nostro Paese. Il consiglio ha constatato come il ritardo nel recepimento della direttiva Aifm rischia di portare a una delocalizzazione degli operatori italiani in Paesi europei con contesti normativi più attraenti e flessibili, imponendo il nostro sistema di un contributo di capitali essenziale per la crescita delle nostre piccole e medie imprese.

COLDIRETTI La crisi dei consumi accorcia anche l'albero

Negli anni della crisi l'albero di Natale si è accorciato in media di quasi mezzo metro ed oggi la maggioranza degli abeti acquistati dagli italiani hanno una altezza inferiore al metro e mezzo. È quanto emerge da una analisi della Coldiretti secondo cui, nonostante un calo del 10% degli acquisti rispetto allo scorso anno, sono comunque oltre 4 milioni le famiglie italiane che non rinunciano all'albero vero.

IMPRESE MP Filtri, nuove commesse in Francia, Germania e UK

Il gruppo milanese MP Filtri, leader mondiale nella filtrazione oloedinamica, si è aggiudicato nuovi ordini per 19 milioni di euro in Francia, Gran Bretagna e Germania. L'azienda ha inoltre investito 5 milioni per ampliare la propria sede produttiva e realizzare un nuovo centro di Ricerca & Sviluppo. Per il 2014 MP Filtri prevede di raggiungere un fatturato aggregato di 50 milioni di euro (+7,5%) e un Ebitda di 6,8 milioni (+41,6%).

ROAD TO EXPO Conclusa la prima tappa del percorso Ice e Aefi

Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da Ice e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

RISPARMIO Rinnovato l'accordo fra Poste italiane e Cdp

Gli amministratori delegati di Casas depositi e prestiti e Poste Italiane, Giovanni Gorno Tempini e Francesco Caio, hanno sottoscritto il nuovo accordo sul Risparmio postale. Tra le novità l'aumento della durata da 3 a 5 anni. L'accordo resterà in vigore per il periodo 2014 - 2018.

COMUNE DI OPERA (MI)
Bando di gara
CIG 60221963E2 - CUP B87B13060220004
È indetta gara, mediante procedura aperta, per l'affidamento della progettazione esecutiva ed esecuzione dei lavori di realizzazione del Palazzetto dello Sport nel Comune di Opera, ai sensi dell'art. 53 comma 2 - lettera b) del D.Lgs. 163/2006. Importo complessivo € 4.442.950,00 + IVA. Aggiudicazione: offerta economicamente più vantaggiosa. Termine ricevimento offerte: 5.02.15 ore 12. Apertura buste: 16.02.15. Documentazione su: www.comune.opera.mi.it o Uff. Tecnico tel. 025307146.
R.U.P. arch. Rosaria Gaeta

5 dicembre 2014

Expo 2015: Aefi porta 321 operatori stranieri alle fiere italiane

MILANO (MF-DJ)--Aefi, Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, insieme a Ice Agenzia, ha concluso il primo step di "Road to Expo 2015" il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

La prima fase, si legge in una nota, ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere: 321 gli operatori stranieri partecipanti.

"Siamo soddisfatti", ha dichiarato il presidente di Aefi Ettore Riello, "di aver non solo raggiunto ma anche superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano".

com/cas

(fine)

MF-DJ NEWS

5 dicembre 2014

Expo, si chiude la prima fase delle attività di Aefi con Ice

Roma, 5 dic. (askanews) - Si è concluso il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da Ice Agenzia e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico. Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri - 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo" - ha dichiarato il Presidente di Aefi Ettore Riello. Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015.

5 dicembre 2014

Road to Expo 2015: si chiude con successo la prima fase delle attività di AEFI con ICE

Prima fase dedicata alle iniziative di incoming nelle principali manifestazioni italiane dell'agroalimentare.

Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico. Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri - 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo" - ha dichiarato il Presidente di Aefi Ettore Riello. Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015.

5 dicembre 2014

ROAD TO EXPO 2015, CONCLUSA PRIMA FASE ATTIVITA' AEFI CON ICE SU INIZIATIVE INCOMING IN MANIFESTAZIONI AGROALIMENTARE

Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico. Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri - 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo" - ha dichiarato il Presidente di Aefi Ettore Riello. Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015.

5 dicembre 2014

Agroalimentare: Si chiude con successo la prima fase delle attività di AEFI con ICE

di red/mal - 05 dicembre 2014 18:29

fonte ilVelino/AGV NEWS Roma

Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma. La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico. Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri – 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio. "Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo" – ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello. Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione.

5 dicembre 2014

AEFI “Road to Expo 2015”: si chiude con successo la prima fase

Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di Road to Expo 2015, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto, che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri (154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti) hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo", ha dichiarato il presidente di AEFI Ettore Riello.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il sistema Italia.



5 dicembre 2014

Road to Expo 2015 chiude con successo prima fase attività di AEFI-ICE

Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di Road to Expo 2015, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto, che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri (154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti) hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo", ha dichiarato il presidente di AEFI Ettore Riello.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il sistema Italia.

5 dicembre 2014

Road to Expo 2015 chiude con successo prima fase attività di AEFI-ICE

Si è concluso con successo il primo step del programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di Road to Expo 2015, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano



Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di Road to Expo 2015, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto, che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri (154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti) hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo", ha dichiarato il presidente di AEFI Ettore Riello.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il sistema Italia.

CORRIERE DELLA SERA

Expo 2015: Aefi porta 321 operatori stranieri alle fiere italiane

17:25 MILANO (MF-DJ)--Aefi, Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, insieme a Ice Agenzia, ha concluso il primo step di "Road to Expo 2015" il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. La prima fase, si legge in una nota, ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere: 321 gli operatori stranieri partecipanti. "Siamo soddisfatti", ha dichiarato il presidente di Aefi Ettore Riello, "di aver non solo raggiunto ma anche superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano". com/cas (fine) MF-DJ NEWS 0517:24 dic 2014

Expo si chiude la prima fase delle attività di Aefi con Ice

Roma, 5 dic 2014 – Si è concluso il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da Ice Agenzia e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. La prima fase del progetto – che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare – ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico. Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri – 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti – hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. "Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo" – ha dichiarato il Presidente di Aefi Ettore Riello. Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Red-cip

Road to Expo 2015 chiude con successo prima fase attività di AEFI-ICE

05/12/2014 16.00



Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di Road to Expo 2015, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti

iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto, che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri (154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti) hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo", ha dichiarato il presidente di AEFI Ettore Riello.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il sistema Italia.

5 dicembre 2014

AGROALIMENTARE - "Road to Expo 2015": si chiude con successo la prima fase di incoming di Aefi con Ice



Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri – 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

"Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo", ha dichiarato il **presidente di AEFI Ettore Riello**.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

Le fiere italiane che hanno aderito al progetto:

· Sigep – Rimini Fiera - Rimini, 18-22 gennaio 2014

- Fieragricola – Veronafiere – Verona, 6-9 febbraio 2014
- Cucinare – Pordenone Fiere – Pordenone, 21-24 marzo 2014
- Vinitaly – Veronafiere – Verona , 6-9 aprile 2014
- Sol&Agrifood - Veronafiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Enolitech – Veronafiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Mostra Internazionale dell'Artigianato – Firenze Fiera – Firenze, 24 aprile – 1 maggio 2014
- Agrinatura – Lariofiere – Erba, 25-27 aprile 2014
- Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna – Fiera Intern. della Sardegna – Cagliari, 25 aprile – 5 maggio 2014
- Fiera Internazionale dell'Agricoltura – Foggia, 30 aprile – 4 maggio 2014
- Cibus – Fiere di Parma - Parma, 5-8 maggio 2014
- Gelato World Tour – Rimini Fiera – Rimini, 5-7 settembre 2014
- Sana – Bolognafiere - Bologna, 6-9 settembre 2014
- Macfruit – Cesena Fiera – Cesena,, 24-26 settembre 2014
- Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura – CremonaFiere - Cremona, 22-25 ottobre 2014
- Cibus tec/Food Pack – Fiere di Parma - Parma, 28-31 ottobre 2014
- Ecomondo – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Key Energy – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Biolife – FieraBolzano - Bolzano, 7-9 novembre 2014
- Eima – Bolognafiere – Bologna, 12-16 novembre 2014
- Interpoma – FieraBolzano, Bolzano, 20-22 novembre 2014
- Pianeta Gourmarte – Fiera di Bergamo - Bergamo, 29 novembre – 1 dicembre 2014
- Mig – Longarone Fiere - Longarone, 30 novembre-3 dicembre

Le Fiere internazionali coinvolte nel progetto:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014
- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulf Food Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial - Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014
- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulfood - Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015
- MAROCCO: Salon International de l'Agricoltura au Maroc – Meknès, aprile 2015

AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all'erogazione di servizi per le fiere attraverso l'attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrativa-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi. Sul piano internazionale, AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Union des Foires Internationales. 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 gran parte delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% del totale delle manifestazioni fieristiche che hanno luogo annualmente in Italia.

WALL STREET ITALIA

Expo, Si Chiude La Prima Fase Delle Attivita' Di Aefi Con Ice

(Askanews) - Roma, 5 dic 2014 - Si e' concluso il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da Ice Agenzia e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunita' di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico. Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri - 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinioni leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilita' di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. "Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarita' del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo" - ha dichiarato il Presidente di Aefi Ettore Riello. Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015

5 dicembre 2014

'Road to Expo 2015', si chiude la prima fase delle attività di AEFI con ICE

La prima fase del progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano in vista di Expo, ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.



Si è concluso con successo il **primo step** dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di **'Road to Expo 2015'**, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

'Road to Expo 2015' ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti **iniziative di incoming di operatori esteri specializzati** nelle manifestazioni italiane dedicate al settore **wine&food** che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto **23 rassegne fieristiche italiane** della filiera e **13 quartieri fieristici** che hanno avuto l'opportunità di ospitare **delegazioni estere** provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come **Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.**

Grazie a 'Road to Expo 2015', **321 nuovi operatori stranieri** – 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti - hanno partecipato alle **fiere coinvolte nell'iniziativa**, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business.

Non solo per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella **visita alle realtà produttive** più rappresentative di ciascun territorio.

“Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma **superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati** di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. 'Road to Expo 2015' rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per **valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare**, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo”, ha dichiarato il Presidente di AEFI **Ettore Riello (FOTO)**.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, **fino ad aprile**, con le tappe estere di 'Road to Expo 2015'. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati-chiave come **Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa**, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I **visitatori** delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a 'Road to Expo 2015' e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il 'sistema Italia'.

5 dicembre 2014

Road to Expo 2015

Categoria: Expo 2015



Si è concluso con successo il primo step dell'articolato programma di iniziative organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale.

Road to Expo 2015 ha preso il via all'inizio di quest'anno con importanti iniziative di incoming di operatori esteri specializzati nelle manifestazioni italiane dedicate al settore wine&food che hanno aderito al programma.

La prima fase del progetto - che ha l'obiettivo di supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare - ha coinvolto 23 rassegne fieristiche italiane della filiera e 13 quartieri fieristici che hanno avuto l'opportunità di ospitare delegazioni estere provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business come Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Marocco, Russia, Usa, Australia, Turchia, Libano, Brasile, Messico.

Grazie a Road to Expo 2015, 321 nuovi operatori stranieri – 154 buyer, 24 importatori, 15 distributori, 73 giornalisti, 31 opinion leader e 24 analisti - hanno partecipato alle fiere coinvolte nell'iniziativa, offrendo agli operatori la possibilità di ampliare il proprio network di relazioni e di avviare nuovi business. Non solo, per raccontare e far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze che lega gli imprenditori italiani alle loro terre, le delegazioni estere sono state inoltre accompagnate nella visita alle realtà produttive più rappresentative di ciascun territorio.

“Siamo soddisfatti di aver non solo raggiunto ma superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati di 300 nuovi operatori esteri ai quali abbiamo fatto conoscere, attraverso le nostre fiere, le peculiarità del sistema produttivo italiano. Road to Expo 2015 rappresenta un percorso verso l'Esposizione Universale, vetrina privilegiata per valorizzare le nostre eccellenze nell'agroalimentare, settore che traina l'economia italiana e rappresenta il made in Italy nel mondo” – ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano verso Expo 2015 prosegue anche il prossimo anno, fino ad aprile, con le tappe estere di Road to Expo 2015. Toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore, con particolare attenzione a mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, verranno valorizzate non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni

italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il “sistema Italia”.

Le fiere italiane che hanno aderito al progetto:

- Sigep – Rimini Fiera - Rimini, 18-22 gennaio 2014
- Fieragricola – Veronafiere – Verona, 6-9 febbraio 2014
- Cucinare – Pordenone Fiere – Pordenone, 21-24 marzo 2014
- Vinitaly – Veronafiere – Verona , 6-9 aprile 2014
- Sol&Agrifood - Veronafiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Enolitech – Veronafiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Mostra Internazionale dell'Artigianato – Firenze Fiera – Firenze, 24 aprile – 1 maggio 2014
- Agrinatura – Lariofiere – Erba, 25-27 aprile 2014
- Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna – Fiera Intern. della Sardegna – Cagliari, 25 aprile – 5 maggio 2014
- Fiera Internazionale dell'Agricoltura – Foggia, 30 aprile – 4 maggio 2014
- Cibus – Fiere di Parma - Parma, 5-8 maggio 2014
- Gelato World Tour – Rimini Fiera – Rimini, 5-7 settembre 2014
- Sana – Bolognafiere - Bologna, 6-9 settembre 2014
- Macfruit – Cesena Fiera – Cesena,, 24-26 settembre 2014
- Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura – CremonaFiere - Cremona, 22-25 ottobre 2014
- Cibus tec/Food Pack – Fiere di Parma - Parma, 28-31 ottobre 2014
- Ecomondo – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Key Energy – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Biolife – FieraBolzano - Bolzano, 7-9 novembre 2014
- Eima – Bolognafiere – Bologna, 12-16 novembre 2014
- Interpoma – FieraBolzano, Bolzano, 20-22 novembre 2014
- Pianeta Gourmarte – Fiera di Bergamo - Bergamo, 29 novembre – 1 dicembre 2014
- Mig – Longarone Fiere - Longarone, 30 novembre-3 dicembre

Le Fiere internazionali coinvolte nel progetto:

- USA: Fancy Food Show – New York City, 29 giugno – 01 luglio 2014
- RUSSIA: World Food Moscow – Mosca, 15-18 settembre 2014
- FRANCIA: Space 2014 – Rennes, 16-19 settembre 2014
- FRANCIA: Sial – Parigi, 19-23 ottobre 2014
- CINA: HKIWSF (Vinitaly Hong Kong) – Hong Kong, 06-08 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: The Speciality Food Festival Gulf Food Manufacturing – Dubai, 09-11 novembre 2014
- RUSSIA: Vinitaly Russia – Mosca, 17 novembre 2014
- EMIRATI ARABI: Abu Dhabi Sial - Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014
- USA: Vinitaly Usa – New York City, 27 gennaio 2015
- EMIRATI ARABI: Gulf Food - Dubai, 08-12 febbraio 2015
- GERMANIA: Biofach – Norimberga, 11-14 febbraio 2015
- GIAPPONE: Foodex – Tokyo, 03-06 marzo 2015
- MAROCCO: Salon International de l'Agriculture au Maroc – Meknès, aprile 2015

LONGARONE FIERE La mostra del gelato apre il 30 novembre Mig: duecento espositori

Marco D'Inca

LONGARONE

Duecento, otto e cinquantacinque: terno secco sulla ruota di Longarone Fiere, ormai pronta ad accogliere l'ultimo e attesissimo evento del calendario 2014. Ovvero la Mig, la Mostra internazionale del gelato artigianale. Si diceva del terno: duecento sono i marchi aziendali presenti alla rassegna, otto i Paesi esteri rappresentati nel quartiere fieristico delle Dolomiti e cinquantacinque è il numero delle edizioni di una mostra legata al dolce freddo per eccellenza. Come di consueto, la Mig si svilupperà nell'arco di quattro giornate: da domenica 30 novembre a mercoledì 3 dicembre. In fiera sono attesi operatori e gelatieri provenienti da ogni angolo del mondo. In particolare, ritornerà una delegazione di 45 operatori cinesi della China Association of Bakery and Confectionery Industry. Senza considerare che, nell'ambito del progetto "Road to Expo" (promosso da Aefi con il contributo del Ministero dello Sviluppo economico), approderanno a Longarone addetti ai



TRA GLI STAND della Mostra internazionale del gelato di Longarone

lavori e giornalisti dal Brasile, Russia e Turchia, ai quali si aggiungeranno operatori della gelateria tradizionalmente presenti: come quelli di Germania, Austria, Spagna, Olanda e di diversi Paesi dell'Europa centrale e orientale. A proposito dell'Olanda, la terra dei tulipani sarà protagonista di un'interessante iniziativa: alla presenza dell'ambasciatore olandese in Italia, Michiel den Hond, sarà inaugurata domenica 30, a Palazzo Mazzolà (sede municipale di Longarone), una mostra fotografica sull'emigrazione ita-

liana nel Paese orange, cui farà seguito, nel pomeriggio, un incontro sulla storia dei gelatieri veneti nei Paesi Bassi. In fiera, non mancheranno i momenti di confronto su diversi temi: dagli aspetti nutrizionali del gelato artigianale allo stato di salute della gelateria italiana, passando per il latte e i nuovi gusti della gelateria artigianale. Le iniziative promozionali da parte di Longarone Fiere avranno poi il loro momento clou lunedì 1 dicembre, nel primo Meeting nazionale delle Gelaterie del Territorio.



7 novembre 2014

Emirati Arabi Uniti, Road Expo 2015 a Dubai

Si e' tenuta il 5 novembre negli Emirati Arabi Uniti a Dubai, alla presenza di S.E. l'Ambasciatore d'Italia Starace e del Console Generale Favilli, presso l'hotel Emirates Towers, la quarta tappa del ROAD SHOW ROAD TO EXPO, che segue le tappe di New York, Mosca e Parigi. I lavori della conferenza stampa sono stati aperti dal Direttore di ICE Dubai, e dall'Ambasciatore d'Italia Starace.

Loredana Sarti, Segretario Generale di AEFI e il Alberto Mina, Direttore delle Relazioni Internazionali del Padiglione Italia presso l'Expo Milano 2015 hanno illustrato le caratteristiche del comparto fieristico agroindustriale italiano e in particolare del Padiglione Italia, che rappresenta la sintesi delle realtà industriali regionali.

Erano presenti 28 delegati della stampa locale quotidiana e di settore quali Kaleji Times e Gulf News e la rete televisiva Dubai one.

Il progetto Road to Expo 2015 è una campagna promozionale sostenuta dal Ministero dello Sviluppo Economico, attraverso un piano di azioni speciali, realizzate e sviluppate da ICE AGENZIA e AEFI- ASSOCIAZIONE ITALIANA Fiere e mostre in collaborazione con il Padiglione Italia all'interno di EXPO MILANO 2015.

ROAD TO EXPO è volto a sostenere sia l'EXPO MILANO 2015, sia nel complesso la promozione di tutto il sistema fieristico italiano, in particolare quella relativa ai prodotti e alle tecnologie del comparto alimentare. Tra tutte le azioni, possiamo citare la partecipazione a fiere internazionali, conferenze stampa all'estero, missioni di buyers e giornalisti stranieri in Italia per visitare mostre tematiche.

Expo Milano 2015 ospiterà, secondo le previsioni, oltre 20 milioni di visitatori durante i sei mesi di apertura e si concentrerà su un tema universale Nutrire il pianeta, l'energia per la vita.

AEFI, rappresenta e promuove in Italia e all'estero l'intero sistema fieristico italiano, che conta circa 1000 manifestazioni annuali con una media di 200.000 espositori e 22 milioni di visitatori. (ICE DUBAI)

FIERE

Tournée mondiale per il food italiano

La mappa delle fiere agroalimentari nel mondo dove il made in Italy può sfruttare il brand Expo 2015.

► pagina 21

26

L'export agroalimentare italiano nel mondo in miliardi di euro

EXPORT

L'alimentare italiano in tournée mondiale

Cappellini ► pagina 21

Export. Le vendite di prodotti alimentari made in Italy crescono in Europa, negli Usa e nei principali mercati emergenti

Food italiano in tournée mondiale

Fino a maggio 2015 sono in calendario fiere di settore dove sfruttare il brand Expo

Micaela Cappellini

■ Mancano 179 giorni all'Expo di Milano. Una vetrina importante per il made in Italy alimentare nel mondo. Ma Expo è anche un brand che va sfruttato al massimo fin da ora: per esempio, sventolandolo come jolly alle fiere internazionali di settore che avranno luogo da qui a maggio 2015. In questo anno di preparazione all'esposizione universale, l'attenzione internazionale per i prodotti agroalimentari italiani necessariamente aumenta, e potrebbe essere più facile venderli all'estero.

Dove? L'Iceciaiuta a ricostruire la mappa delle principali fiere food & wine in giro per il mondo. A cominciare dalla Cina, uno dei terreni più fertili per il made in Italy: nel 2013 le importazioni cinesi di agroalimentare sono state di 93 miliardi di dollari, il 9% in più dell'anno precedente, e secondo la Sace da qui al 2017 l'export italiano del settore crescerà in media dell'11% all'anno.

Numeri come questi spiegano perché sarebbe importante una partecipazione *last minute* alla fiera Fhc di Shanghai, dal 12 al 14 di novembre. A chi non facesse in tempo, in ogni caso, l'Estremo Oriente offrirà una seconda chance dal 6 al 9 di maggio, alla Hofex di Hong Kong.

Tra i Paesi-opportunità per l'alimentare italiano, oltre alla Cina, Sace segnala anche gli Emirati arabi, dove oggi già esportiamo per 123 milioni di euro. Il mercato è ghiotto: gli Eau importano il 90% dei prodotti alimentari e si calcola che nel 2015 spenderanno in cibo straniero 5,5 miliardi di dollari. Ma se si allarga lo spettro all'intera area del Golfo, il mercato si fa ancora più ghiotto: entro il 2020 le importazioni alimentari di questo gruppo di Paesi raggiungeranno i 53 miliardi di dollari. La fiera di riferimento per tutti questi Paesi è lo Speciality Food Festival di Dubai, in scena a partire da domenica.

Secondo i dati di Federalimen-

tare, l'Italia del food esporta nel mondo oltre 26 miliardi di euro. Con 4,3 miliardi nel 2013, il primo mercato di sbocco si conferma la Germania. E qui i prossimi 180 giorni ci riservano almeno due appuntamenti di primo piano: l'Ism di Colonia, dall'1 al 4 di febbraio, dedicata al segmento dolciario; e Prowein a Dusseldorf, dal 15 al 18 di marzo, riservata invece al vino (e la Germania da sola importa il 20% di tutto il nostro export enologico).

Dopo Berlino, con 3,5 miliardi di euro è la Francia il nostro secondo mercato di sbocco: l'appuntamento per questo spicchio di Europa sarà a Lione, dal 24 al 28 gennaio, con Sirha 2015: un palcoscenico da 23 mila visitatori e oltre 18 mila chef. Dal 22 al 25 marzo l'appuntamento invece è a Londra, per Ife. La Gran Bretagna è la quarta piazza per l'export agroalimentare italiano (2,4 miliardi di euro nel 2013) e i dati ci dicono che qui cresce l'interesse per le nostre produzioni Dop e Igp.



Fuori dall'Europa, il mercato Usa è terzo nella classifica delle nostre esportazioni, che l'anno scorso secondo Sace sono aumentate del 7%. Per agguararlo nell'anno dell'Expo si può partire dalla Winter Fancy Food di San Francisco, dall'11 al 13 di gennaio 2015. In Giappone, invece, Foodex è un grande classico: di scena a Tokyo dal 3 al 6 marzo 2015, giunta alla sua 40esima edizione, è anche la più importante manifestazione agroalimentare dell'area Asia Pacifico.

Russia - nonostante le sanzioni, un mercato strategico - Brasile e Corea del Sud completano la lista degli appuntamenti alla voce "emergenti". Si comincia con Prodexpo a Mosca, dal 9 al 13 febbraio; poi è la volta di San Paolo con ExpoVinis, dal 22 al 24 di aprile, e in contemporanea (dal 23 al 25 aprile) tocca alla International Wine & Spirits Expo di Seul, entrambe dedicate al mondo del vino.

Per chi non ama far da solo, infine, segnaliamo il progetto "Road To Expo", lanciato dal ministero dello Sviluppo economico e dall'Ice su proposta dell'Associazione esposizioni e fiere italiane: sta portando il "Sistema alimentare Italia" nelle principali manifestazioni fieristiche in giro per il mondo con un'unica immagine e un solo format; tappe in Germania, Francia, Usa, Giappone, Russia, Cina, Emirati e Nordafrica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Appuntamenti da non perdere

QUATTRO CHANCE IN QUATTRO CONTINENTI

DUBAI

Lo Speciality Food Festival è l'appuntamento più importante per far rotta sulla ricca area del Golfo, i cui abitanti entro il 2020 importeranno prodotti alimentari per un totale di 53 miliardi di dollari

SAN FRANCISCO

La Winter Fancy Food è l'appuntamento giusto per partire alla conquista del mercato americano, che è già la terza meta più importante del nostro export alimentare e dove le nostre vendite nel 2013 sono cresciute del 7%

HONG KONG

A maggio l'Hofex sarà un trampolino per raggiungere anche i consumatori di Pechino: l'anno scorso le importazioni cinesi di agroalimentare sono state di 93 miliardi di dollari, il 9% in più dell'anno precedente

SAN PAOLO

Ad aprile ExpoVinis è l'opportunità fieristica più importante di tutto il Sudamerica, seppur limitato al solo comparto dei vini. Giunto alla sua 19esima edizione, dedica grande spazio anche ai macchinari per la produzione

9-11 NOVEMBRE 2014

Dubai
Speciality Food Festival

12-14 NOVEMBRE 2014

Shanghai
Fhc (Food and Hospitality China)

11-13 GENNAIO 2015

San Francisco
Winter Fancy Food

24-28 GENNAIO 2015

Lione
Sirha

1-4 FEBBRAIO 2015

Colonia
Ism - The future of sweets and snacks

9-13 FEBBRAIO 2015

Mosca
ProdExpo

3-6 MARZO 2015

Tokyo
Foodex

15-18 MARZO 2015

Dusseldorf
Prowein 2015x

22-25 MARZO 2015

Londra
Ife (International Food & Drink)

22-24 APRILE 2015

San Paolo
ExpoVinis

23-25 APRILE 2015

Seul
Seoul International Wine & Spirits Expo

6-9 MAGGIO 2015

Hong Kong
Hofex

NEL MONDO

26 miliardi

L'export alimentare italiano

LA MAPPA DELLE OPPORTUNITÀ

Paese	Export 2013 (mln €)	Crescita media annua dell'exp. 2014-17
Cina	188	11,80%
Ungheria	135	10,70%
Hong Kong	125	9,50%
Emirati Arabi	122	10,40%

Fonte: Sace

LA TOP TEN DELLE DESTINAZIONI

Export 2013. In milioni di euro

Germania	4.360
Francia	3.053
Stati Uniti	2.790
Regno Unito	2.383
Svizzera	1.020
Austria	872
Paesi Bassi	821
Spagna	766
Belgio	730
Giappone	696

Fonte: Federalimentare

Anche le pmi si aprono al mondo

Governo, banche, fiere e ora Google si adoperano per aiutare le piccole e medie aziende ad affrontare il grande passo e darsi una dimensione globale

MATTEO CAMPINI

Nello scenario di grande stallo nel quale si dibatte, da anni, il mercato automobilistico italiano, risaltano i dati maturati in questo 2014 dal settore del noleggio, con tutti i principali indicatori che portano il segno positivo.

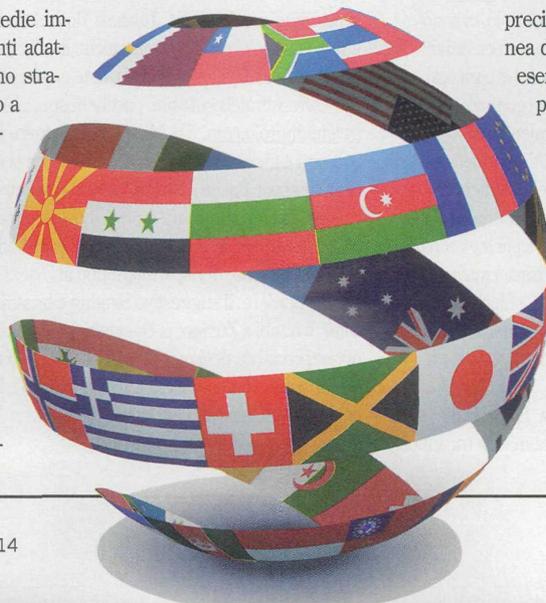
L'Internazionalizzazione continua ad essere considerata una delle chiavi per poter uscire da questo delicato momento economico.

È assodato che anche i settori trainanti del Paese come la moda mantengono la leadership proprio in funzione dell'export.

Tuttavia, ancora troppe piccole e medie imprese non dispongono degli strumenti adatti per seguire questa strada. Il «piano straordinario per il made in Italy», messo a punto dal governo va in questa direzione e si propone di accompagnare le pmi fuori dall'Unione, attirando flussi di investimenti dall'estero per almeno 20 miliardi di euro l'anno per il mercato domestico e un punto di Pil in più per l'export delle imprese italiane. In proposito, il ministro dello Sviluppo economico **Federica Guidi** ha annunciato l'intenzione di creare un unico punto di riferimento per l'attrazione degli inve-

stimenti dall'estero verso l'Italia come avviene nella maggior parte degli altri Paesi europei. Posto che occorre comprendere il cambiamento culturale ed organizzativo necessario per vendere all'estero e, soprattutto, i benefici ottenibili da tutti, anche dalle piccole imprese e dagli artigiani, il principale fattore di ostacolo all'internazionalizzazione continua ad essere la variabile finanziaria, nonostante si moltiplichino i finanziamenti e le iniziative. Anche

in sede europea: sostenere le pmi nell'innovazione e nell'internazionalizzazione, tema chiave in una fase economica difficile, è il «mestiere» dell'**Enterprise Europe Network** (600 partner in 55 paesi), strumento della Commissione europea che in cinque anni ha messo a segno oltre i 11mila accordi di partnership internazionale tra operatori, dispone di una banca dati con 19mila profili, migliaia di esperti e servizi dedicati in tema di brevetti, trasferimento tecnologico, nuovi mercati accesso ai finanziamenti europei, da Horizon 2020 per i temi della ricerca e innovazione a Cosme per la competitività. Sul fronte nazionale sono scesi in campo da tempo le associazioni professionali, le Camere di Commercio e gli istituti di Credito ma spesso le imprese restano disorientate. Diventa quindi fondamentale innanzitutto scegliere il finanziamento secondo una precisa strategia di impresa e selezionare la linea di finanziamento più conveniente. Tra gli esempi più recenti c'è 'Lazio International' il piano di internazionalizzazione, promosso dalla regione Lazio che ha stanziato 50 milioni di euro in 5 anni, tra risorse regionali e fondi europei, per la promozione dell'export delle imprese agricole, un settore che contempla anche il comparto vitivinicolo che è cresciuto molto in questi ultimi anni nella regione, diventandone uno dei punti di forza sui mercati internazionali. Sviluppo Lazio spa, società posseduta per l'80,5% dalla regione e il resto dalla camera di Commercio di Roma ha



ITALIA NEL MONDO

Il made in Italy è apprezzato e conosciuto anche in Estremo oriente



creato un portale, che si chiama appunto Lazio International (www.laziointernational.it) per valorizzare le eccellenze e le risorse del Lazio, per strumenti di internazionalizzazione alle imprese italiane ma che, attraverso la versione in inglese, è rivolto anche agli interlocutori esteri per favorire il dialogo e accrescere il networking internazionale. Naturalmente l'iniziativa non si esaurisce con il portale, un tassello importante della governante è SprintLazio, lo Sportello regionale per l'Internazionalizzazione, per assolvere le funzioni di assistenza alle imprese e di informazione e promozione degli interventi attivati dalla Regione Lazio,

dai partner istituzionali operativi sul territorio e dai diversi attori nazionali e internazionali. Offre tra l'altro il servizio di consulenza online per le pmi del Lazio impegnate in progetti di internazionalizzazione industriale o commerciale e il parere degli esperti su Dogane, Logistica e Trasporti, Fiscalità Internazionale, Contrattualistica Internazionale, Marketing

Internazionale, Tutela di Marchi e Brevetti. Il Veneto dal canto suo ha recentemente varato un bando da 6 milioni di euro le aggregazioni di almeno tre pmi (consorzi, Ati o contratti di rete) per interventi nell'ambito dell'Internazionalizzazione, appunto, oltre che della ricerca e innovazione e dello sviluppo sostenibile e salvaguardia ambientale. Fondamentale resta



Invest in Carinzia. Invest in innovazione.

State valutando un progetto d'internazionalizzazione? Aprite il Vs. sito aziendale in Carinzia con lo sportello investitori gratuito.

I vantaggi della Carinzia per aziende innovative:

- ⊙ Tassazione aziendale del 25%
- ⊙ Attraenti contributi per aziende innovative per investimenti e ricerca
- ⊙ Parchi tecnologici: ricerca, imprese e formazione su un unico campus
- ⊙ Migliori opportunità di sostegno per aziende start-up, p. es. incubatori

Siamo riusciti a suscitare il Vostro interesse?

E' lieta di fornirVi una consulenza:

Entwicklungsagentur Kärnten GmbH

Dott.ssa Natascha Zmerzlikar, MAS

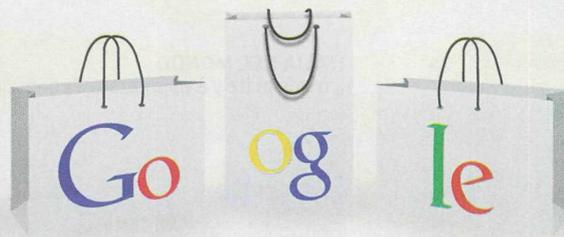
t.: +43(0)463 55800 85 | e.: zmerzlikar@madeinkaernten.at

Interessati? Vedete
anche informazioni
sui ns. eventi e
registrazione su:
www.eventocarinzia.at



www.madeinkaernten.at

il ruolo delle banche che su tutto il territorio siglano accordi con le associazioni di rappresentanza per sostenere le imprese associate che intendono affrontare i mercati esteri o che già stanno intraprendendo un percorso di internazionalizzazione. Anche qui non mancano le iniziative: Banca Sistema e Bank of China hanno siglato di recente un accordo di cooperazione con l'obiettivo di sostenere le pmi italiane e cinesi interessate a reciproche opportunità di investimento e collaborazione, per promuoverne un percorso di sviluppo a lungo termine. Il servizio delle due banche intende rispondere al bisogno di internazionalizzazione delle Piccole e medie imprese, promuovendone la crescita e la competitività. Anche Intesa Sanpaolo e The Export-Import Bank of China (China EximBank), l'agenzia di credito all'esportazione ufficiale della Cina, hanno siglato un accordo strategico di collaborazione a supporto della clientela italiana, cinese e multinazionale per il supporto a scambi commerciali di prodotti e impianti meccanici, elettronici e tecnologici, di energia e materie prime; la collaborazione a progetti energetici e opere infrastrutturali in Cina, Italia o in Paesi terzi promossi da imprese cinesi



e italiane. La collaborazione consentirà inoltre di realizzare, per la clientela italiana, operazioni di export finance, project finance e di investimenti in Cina e, parallelamente, consentirà anche di intervenire su progetti di aziende cinesi che investono ed esportano verso altri Paesi. Anche l'accesso ai prodotti e servizi assicurativo-finanziari per l'internazionalizzazione, che comprendano l'assicurazione delle vendite dal rischio di mancato pagamento, la protezione degli investimenti esteri dai rischi politici, le garanzie fideiussorie per gare e commesse, e l'anticipazione dei crediti vantati verso i clienti italiani ed esteri è un tassello importante nel processo. Ma accanto alle risorse, spesso accompagnate però da iter burocratici scoraggianti, sono fondamentali le attività di promozione. E qui entrano in gioco eventi e fiere che possono essere di grande supporto per favo-

rare la conoscenza delle nostre eccellenze e gli incontri con le rappresentanze commerciali più importanti. Dal turismo all'agroalimentare, dall'automotive alla bioedilizia, passando per la ricerca di un posto di lavoro, in Italia nel 2014 si è registrato un boom di presenze (e di espositori): i dati di Aefi parlano di oltre 200mila espositori e 22 milioni di visitatori, per un giro d'affari di 60 miliardi di euro.

Fiere internazionali

L'ultimo esempio di successo è stata la 78° edizione della Fiera del Levante, che ha portato nel quartiere fieristico quasi 300mila visitatori (+6% rispetto al 2013) e un fatturato finalmente in crescita rispetto al recente passato. Indice del fatto che le aziende ritengono irrinunciabile mostrarsi al pubblico (e ai finanziatori) nel corso dei grandi eventi.

LA PAROLA ALL'AZIENDA REED EXHIBITIONS

Un 2015 ricco di novità per MCE

A pochi mesi dal bilancio positivo della 39ª edizione di MCE - Mostra Convegno EXPOCOMFORT, manifestazione biennale leader mondiale nell'impiantistica civile e industriale, nella climatizzazione e nelle energie rinnovabili, che ha registrato oltre 2.000 espositori e 156.000 visitatori da 147 paesi, è partita la campagna adesioni ai due nuovi eventi internazionali in calendario nel 2015 a Riyadh e Singapore. Un progetto importante che si avvale del sostegno del Gruppo Reed Exhibitions, leader mondiale nella realizzazione di fiere ed eventi e organizzatore di MCE, con l'obiettivo di valorizzare, ancor di più, il comparto industriale dell'impiantistica al servizio dell'efficienza energetica, con una presenza diretta su alcuni mercati che hanno le più ampie potenzialità di sviluppo. A fronte, infatti, secondo le ultime previsioni di CRESME, di un mercato interno che dovrebbe registrare investimenti in costruzioni pari a +0,2% nel 2014, per arrivare a +1% nel

2015 e a +1,7% nel 2016, trainati soprattutto dagli interventi di recupero del residenziale, generati dalle detrazioni fiscali per le ristrutturazioni edilizie e le riqualificazioni energetiche, ci sono aree geografiche, dove il mercato delle costruzioni è molto vivace e la domanda di sistemi e di tecnologie nei comparti dell'impiantistica è in crescita e offre quindi nuovi sbocchi commerciali. Sempre secondo CRESME, se nel 2000 quasi il 70% degli investimenti in costruzioni mondiali si concentrava nei paesi di vecchia industrializzazione, oggi il 60% è localizzato nei paesi in via di sviluppo ed emergenti, quota che è destinata a salire al 66% nel 2017. "In questo scenario sono nate MCE ASIA e MCE SAUDI - illustra Massimiliano Pierini, Business Unit Director di Reed Exhibitions Italia - per offrire alle aziende italiane e internazionali - in attesa dell'appuntamento con MCE 2016 a Milano - un'occasione importante per espandersi su due dei mercati dove la domanda di know-how di alto livello nei comparti delle energie rinnovabili, della

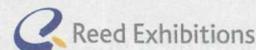


Massimiliano Pierini
Business Unit Director
di Reed Exhibitions Italia

ventilazione, del condizionamento e acqua calda sanitaria, è in forte sviluppo, soprattutto nel settore dell'edilizia residenziale sempre più attento al comfort ambientale e all'efficienza energetica. Le fiere sono da sempre, e ancor di più oggi, un sistema di servizi a

supporto delle imprese nei processi di sviluppo sui mercati internazionali e il nostro obiettivo è dunque fornire alle aziende nuove opportunità di business, agevolando collaborazioni e reciproche integrazioni e aiutandole a capire in profondità la realtà locale e le sue esigenze».

Organised by



REED EXHIBITIONS
Via Marostica 1 - 20146 Milano, Italia
Tel. +39 02 4351701
www.mcexpocomfort.it

Aprire una sede in Carinzia

La Regione più meridionale dell'Austria, la Carinzia, offre alle imprese una sede ideale e sicura per gli insediamenti economici, caratterizzata da un alto livello di qualità della vita. Raccoglie consensi tra le aziende non solo per il suo valore di «apriporta» per accedere ai nuovi mercati dell'Europa orientale e sudorientale, ma anche per l'imposta austriaca sui redditi delle imprese pari al 25%, contributi agli investimenti fino al 20% e nel settore ricerca e sviluppo persino fino ad un massimo del 50%. Inoltre la Carinzia è al 3° posto fra le 9 regioni austriache con i più alti stanziamenti di fondi pubblici per R&D (2,80%). E ha prezzi vantaggiosi per terreni ed immobili. Per chi vuole trasferirsi, il team dell'Entwicklungsagentur Kärnten GmbH propone gratuitamente un servizio one-stop-shop ad imprese e investitori sia nazionali sia esteri: supporto nello sviluppo dell'idea progettuale fino alla relativa realizzazione, reperimento della documentazione di base relativa alla Carinzia, ricerca del sito idoneo, coordinamento dei contatti con le autorità, gli enti erogatori di contributi ed altri partner importanti (banche, commercialisti, avvocati), servizi relativi al personale e servizio aftercare dopo l'insediamento.

«Negli ultimi dieci anni abbiamo insediato in Carinzia circa 100 imprese provenienti dall'Italia, attive nei settori dell'industria e del commercio, dei servizi alle imprese e dell'industria alberghiera» dice Sabrina Schütz-Oberländer di Entwicklungsagentur Kärnten. «Lo scorso anno sono state 46 le imprese estere (e 28 italiane) che hanno aperto una sede in Carinzia. Le imprese investono in Carinzia per poter accedere ai paesi dell'Europa occidentale e centrale. Fra le aziende italiane da noi assistite non siamo a conoscenza di imprese che si sono insediate in Carinzia e che per questo hanno chiuso la loro sede in patria. Al contrario, spesso è la sede in Carinzia che fornisce un supporto a quella italiana. Tra le italiane, segnaliamo IPL Schlauchtechnik nel settore delle materie plastiche, Bifrangli nel settore dei metalli e xAutomata nel campo della TIC



Sponsored by



BUSINESS LOCATION CARINZIA

www.madeinkaernten.at
tel.: +43 (0)463 55800 92
fax: +43 (0)463 55800 79
email: office@madeinkaernten.at



ACCORDO STRATEGICO

Intesa Sanpaolo e The Export-Import Bank of China (China EximBank), l'agenzia di credito all'esportazione ufficiale della Cina, hanno siglato un accordo strategico di collaborazione a supporto della clientela italiana, cinese e multinazionale

In alcuni settori, però, le esposizioni più interessanti sono all'estero. Nella nautica il Monaco Yacht Show è un appuntamento imperdibile per i produttori, così come Eurobike a Friedrichshafen, in Germania, la più grande esposizione al mondo di biciclette. Anche per le fiere e i loro espositori avere uno sbocco internazionale è fondamentale. Un passo importante è stato fatto a gennaio, quando Roberto Luongo, direttore generale dell'Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), ed Ettore Riello, presidente di Aefi (Associazione delle Esposizioni e Fiere Italiane), hanno siglato un accordo per sostenere il processo di internazionalizzazione degli enti fieristici: l'Ice ha messo a disposizione i suoi 65 uffici all'estero per rappresentare i 35 associati di Aefi, promotori di oltre 1000 eventi fieristici. Anche per merito dell'accordo, sono 90 le manifestazioni organizzate all'estero, molte delle quali nel settore agroalimentare e sono inserite nell'ambito Road to Expo, il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano. Alcune tappe di questa iniziativa sono state: il Fancy Food a New York, il World Food Moscow e lo Space 2014 a Rennes, mentre nel 2015 si toccheranno mercati-chiave come quello tedesco, giapponese, cinese, arabo e nordafricano. Un altro aiuto è arrivato dalla Rete. Grazie ai social network, le fiere hanno trovato un'importante cassa di risonanza. L'ultima edizione di Arte Fiera, per esempio, ha fatto segnare in quattro giorni 2500 like su facebook, oltre un milione di interazioni e 6.500 immagini caricate su Instagram.



L'importanza del web

Google ha commissionato a Doxa l'elaborazione di un'analisi indipendente volta a individuare l'attuale impatto di Internet sull'internazionalizzazione delle PMI italiane; i risultati rivelano l'esistenza di una relazione positiva tra digitalizzazione, internazionalizzazione ed esportazione. In particolare, si legge nel rapporto, la percentuale di piccole imprese digitalizzate che intrattengono relazioni con l'estero è quattro volte superiore alla percentuale di quelle non digitalizzate.

Al crescere del livello di maturità digitale, cresce del 21% la percentuale delle piccole imprese che esportano. Le piccole aziende digitalizzate che esportano realizzano – in media – il 24% del loro fatturato attraverso e-commerce diretto estero. Per quanto riguarda le medie imprese, quelle digitalizzate che intrattengono relazioni con l'estero crescono di più del 50% rispetto alle loro concorrenti 'offline' e, al crescere del livello di maturità digitale, cresce del 15% la percentuale delle medie imprese che esportano e in media realizzano il 39% del fatturato attraverso e-commerce diretto estero.

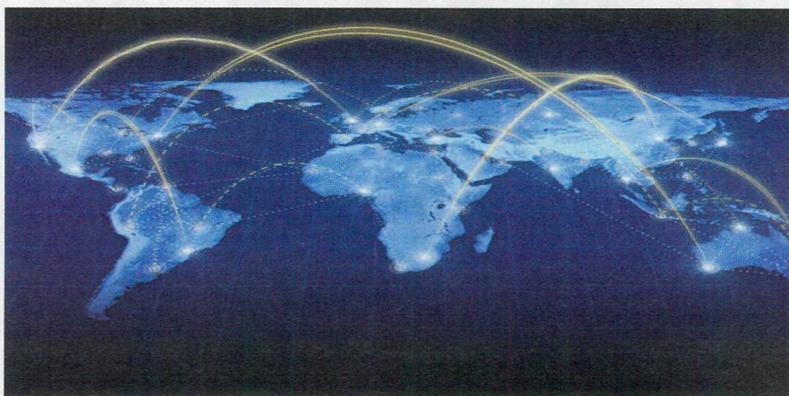
Ma la maturità digitale delle nostre imprese è ancora scarsa: solo il 34% delle PMI è presente online con un sito Internet. Si tratta in molti casi di siti vetrina in cui vengono riportati: il catalogo prodotti e il listino prezzi, l'informativa sulla privacy, i contatti per l'assistenza post vendita.

Un'occasione persa, visto che nel 2012 il valore dell'e-commerce a livello mondiale ha superato la soglia dei mille miliardi di dollari, con una crescita media del 21,1% rispetto al 2011. Nel 2013 si prevede che le vendite cresceranno del 18,3%, raggiungendo la cifra di 1,298 trilioni di dollari.

In Europa il mercato e-commerce ha raggiunto nel 2012 un valore di oltre 305 miliardi di euro, con una crescita del 22% sul 2011. L'Italia è in ritardo ma cresce: nel 2012 i Web shopper italiani sono aumentati del 30%, superando la quota di 12 milioni di unità.

E cresce anche l'accesso alla Rete, visto che ormai sono connesse il 74% delle piccole imprese e il 96% delle medie.

Da incrementare resta la penetrazione di Internet (e delle sue potenzialità) tra le PMI: la Rete, infatti, appare l'unico loro mezzo per internazionalizzare ed esportare i loro prodotti nel mondo.



Ma attenzione ai costi

Se i dati confermano l'importanza di intrattenere rapporti con l'estero (non solo grazie a Internet), diventa di particolare importanza valutare i costi di trasferte, viaggi e missioni diplomatiche: nei prossimi anni, spiega uno studio pubblicato da Carlson Wagonlit Travel (CWT) in collaborazione con GBTA Foundation, le tariffe subiranno un rialzo, soprattutto quando si parla di realtà in espansione come Cina, India e Brasile.

«Lo studio è estremamente utile per definire i budget», ha dichiarato **Christophe Renard**, vice presidente di CWT Solutions Group. «L'indagine rivela che i travel manager si aspettano per il prossimo anno aumenti nelle tariffe di tutti i servizi di viaggio, compresi voli, hotel e autonoleggio», ha aggiunto **Joseph Bates**, vice presidente GBTA Foundation.

Nel dettaglio, i costi aerei, a causa dell'aumento della domanda e di una lenta espansione della capacità da parte dei vettori, dovrebbero aumentare nel 2015 con valori intorno al 2,2%. I maggiori rialzi in America Latina, mentre in Europa, sopra la media, c'è solo la Germania (+2,5%). L'impatto dei vettori low-cost, però, potrebbe limitare i rialzi in alcune regioni, so-

prattutto quelle dell'est europeo.

L'attenzione dei travel manager è focalizzata sul comparto hotel e alberghi, dove nel 2015 si potrebbero verificare incrementi superiori al 2,5% per l'aumento della domanda e il maggiore potere negoziale delle strutture ricettive. Aumenti vertiginosi in Venezuela (+17%), in Brasile e in Argentina (+11%) e anche in Indonesia (+8%).

Anche nell'affaticato Vecchio Continente si registreranno costi in crescita del 2% in Germania, Danimarca, Belgio e Francia. Il boom dei prezzi degli hotel europei si dovrebbe però registrare nel Regno Unito, con le stime dello studio di CWT che parlano di un +3,5%.

Per quanto riguarda le strutture, gli hotel di media categoria che offrono servizi meeting saranno preferiti a quelli di alta gamma.

Discorso diverso per l'industria del trasporto via terra. Il comparto è interessato da un'abbondanza di offerta. Così nel 2015 i prezzi dovrebbero rimanere stabili a livello globale, con l'unica eccezione legata all'America Latina (+2%).

E in Italia, Paese interessato dall'Expo, come sarà l'andamento dei prezzi nel 2015?

I buyer potranno attendersi lievi incrementi per le tariffe aeree (+0,8%) e quelle alberghiere (+1%). Per il trasporto via terra, invece, i prezzi sono previsti in calo dell'1,1%.

Se queste sono le stime fatte dagli analisti di CWT, alcuni fattori potrebbero stravolgere la dinamica dei prezzi, soprattutto in alcune aree del mondo.

Il conflitto in Ucraina, il rallentamento dell'inflazione in Europa, il crescente debito in Cina e il calo dei prezzi del petrolio potrebbero avere un effetto negativo sulla domanda di viaggio e sulle tariffe. ▶

Solo il 3%
delle nostre
aziende ha
un sito Internet

IN PILLOLE

**Coldiretti ed embargo
"Alzare le indennità"**

Alzare le indennità per frutta e verdura colpite dall'embargo russo per adeguarle ai costi di produzione reale dei singoli Paesi. È questa la richiesta che Coldiretti Emilia Romagna ha avanzato al Convegno sul futuro dell'ortofrutta made in Italy, nell'ambito del Macfrut, che ha preso il via ieri a Cesena, dove si è anche parlato della proposta di regolamento presentata dalla Commissione con misure eccezionali di carattere temporaneo a favore dei produttori ortofruttili per far fronte ai problemi di mercato conseguenti l'embargo della Russia. L'ortofrutta - ricorda Coldiretti - è il settore produttivo del made in Italy più colpito dall'embargo, con le esportazioni che avevano raggiunto nel 2013 i 72 milioni di euro. Complessivamente il danno diretto per l'Italia è stimato da Coldiretti in circa 200 milioni di euro all'anno e riguarda oltre all'ortofrutta il blocco delle esportazioni delle carni per 61 milioni di euro e di latte, formaggi e derivati per 45 milioni di euro.

**Aefi e Ice incontrano
russi, arabi e marocchini**

Continuano le iniziative estere organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Durante i tre giorni dell'evento di Cesena sono attesi 20 operatori provenienti da Russia, Emirati Arabi Uniti e Marocco. Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore.

Il Macfrut nel segno dell'Expo di Milano

IL PROGRAMMA DI OGGI E DOMANI Conferenza su modelli di nutrizione corretta. Visite a piccoli frutti e melograno

Calendario ricchissimo di convegni a Macfrut, nelle giornate di oggi e domani in Fiera a Cesena. Oggi in sala Europa dalle 9.45 si svolgerà uno degli appuntamenti fondanti di questa 31ª edizione. Si tratta della terza conferenza del "Word food research ad innovation forum", verso Expo 2015 Milano. Il titolo su cui ruoterà il convegno è "Tecnologie e modelli per una nutrizione corretta". Alle 9.30 in sala Verde sarà la rivista di Frutticoltura insieme al Cra e all'Università di Bologna a organizzare un grande convegno sulle prospettive della frutticoltura italiana nel contesto europeo e internazionale. Inoltre, intervengono alcuni esperti del mondo della produzione e della commercializzazione, del nord e del sud d'Italia, portando le proprie proposte per uscire dalla crisi. In sala Agricoltura alle 10 si svolgerà l'assemblea delle regioni ortofruttili europee Areflh. Il packaging monouso e riutilizzabile sarà al centro dell'attenzione del convegno in sala Gialla, dalle 11.

Il pomeriggio si apre con il workshop "Dalla IV gamma ai fresh convenience food: un salto di qualità per il rilancio dei prodotti vegetali freschi pronti". Appuntamento dalle 15 in sala Europa. Alle 14.30 in sala Verde inizierà il talk show sulla biodiversità con esperienze a confronto dalla produzione alla distribuzione. La sala Delegazioni ospiterà alle 14.30 la tavola rotonda su "La Tunisia, un sito strategico per le imprese nel Mediterraneo". Tecnologia protagonista in sala Gialla alle 14 con un convegno sulla miniaturizzazione degli apparecchi al servizio dello sviluppo rurale.

Il programma di domani. Se in altre realtà l'ultimo giorno di fiera va in calando, al Macfrut non è di certo così. Domani si parte in sala Europa alle 9.30 con il convegno di Agrinsieme sul tema Oltre i confini. L'ortofrutta italiana in giro per il mondo. Alle 9 in sala Verde si parlerà dei contratti di rete e delle novità su immobili ed energie rinnovabili. In sala Agricoltura, dalle 10, l'attenzione verterà

sulla collaborazione con il Brasile e sullo studio delle opportunità per il settore agroindustriale. La sala Delegazioni alle 9.30 ospiterà un approfondimento sulla batteriosi del kiwi, tema che sarà ripreso in sala Europa dalle 14.30. Alle 14.30 in sala Verde sarà protagonista la fragola con l'aggiornamento sulle ultime varietà che hanno destato interesse.

Visite tecniche a piccoli frutti e melograno. Piccoli frutti e melograno, due visite tecniche durante il Macfrut nei giorni 25 e 26 settembre. Fedele alla sua vocazione di filiera, Macfrut offre a tutti i visitatori la possibilità di partecipare a due visite tecniche guidate durante le giornate della fiera: verrà così sviluppato ancor più il concetto di "fiera diffusa" caratteristico e distintivo della rassegna cesenate in virtù della sua collocazione geografica al centro di uno degli areali distrettuali più importanti a livello internazionale per l'ortofrutta.

La prima visita (oggi, ritrovo alle 9.30 all'ingresso principale della fiera) sarà dedicata ai piccoli frutti, dai lamponi alle more fino ai ribes e alle fragole rifioranti, ovvero i prodotti che stanno oggi riscuotendo un crescente interesse da parte dei consumatori europei pur nel quadro di stagnazione dei consumi di ortofrutta. Si partirà dalla visita di alcune realtà produttive del territorio cesenate per poi assistere alle fasi della lavorazione e del confezionamento del prodotto in uno stabilimento d'avanguardia. La seconda visita (domani ritrovo alle 9 presso il piazzale antistante l'ingresso principale) sarà invece dedicata al melograno, una cultura relativamente nuova per l'Europa continentale su cui si sta concentrando l'attenzione di un numero crescente di produttori e trasformatori anche nazionali per l'importante sviluppo che il prodotto sta conoscendo al consumo sia come fresco che trasformato.

**CAMERA DI COMMERCIO
AGRIMECH INDIA IV**

Grande attenzione è rivolta all'iniziativa "Agrimech India IV" grazie alla quale gli imprenditori locali avranno modo di incontrare 8 buyer indiani e 5 rappresentanti istituzionali del Gujarat, Delhi e Maharashtra (Mumbai)



Il ministro Martina ieri al Macfrut con alcuni ospiti delle delegazioni africane

SALUTE E ALIMENTAZIONE Grazie al progetto oltre il 60% dei piccoli ora la mangia

Presentato "Frutta nella scuola" Tanti bambini invitati a gustare



Presentato ieri il Progetto Frutta nelle Scuole che evidenzia un grande e crescente apprezzamento da parte di scuole, famiglie e degli stessi bambini. Secondo le indagini campionarie (20 mila questionari) svolte dall'Ismea, presentate ieri mattina dal ricercatore Patrizio Piozzi al Macfrut di Cesena, oltre il 60% dei bambini intervistati ha imparato, grazie al Programma, che consumare più frutta e verdura nel corso della giornata fa bene.

LO STAND PIÙ CREATIVO

Orogel stravince in fantasia Con materiale povero un grande effetto



Lo stand di Orogel, realizzato con fantasia e creatività, spicca sugli altri. Tantissimi vasi bianchi in alluminio solitamente utilizzati per le piante sono stati appesi a un filo e riempiti di frutta e verdura di tutti i tipi. L'effetto, creato con poco, è di grande impatto. Così com'è stata bella l'idea di prendere da Bestack di Forlì (consorzio di Forlì non profit di ricerca dei produttori di imballaggi in cartone ondulato per ortofrutta, che opera a livello nazionale), tavolini e sedie in cartone riciclato.

SOLARELLI

Dal produttore,
il meglio.

www.solarelli.it

Monday, December 1st, 2014 **ITALIAN REPORT** [click here to read more](#) ▶

On the occasion of the Italian Presidency of the Council of the European Union and the 2015 Milan Expo, in collaboration with the Ministry of Foreign Affairs, Tribuna Economica will publish the "Report Italy".
ENGLISH JOURNALISTIC SERVICE

Area Agenzia Stampa | Editore | Pubblicità | Introduzione all'Area | Lavora con noi | Contatti | Giovedì, 25 Settembre 2014 10:27   

L'online di
TRIBUNA ECONOMICA
 GIORNALE DI ECONOMIA FINANZA
 Area Agenzia Stampa ...dal 1986



HOME AREA AGENZIA STAMPA AREA AMBASCIATE AREA MINISTERI ESTERI

Eurostat - EU28 surplus in trade

RAPPORTO ITALIA
 Lunedì 1 dicembre 2014
 In occasione del Semestre di Presidenza italiana del Consiglio dell'Unione Europea e in vista di Expo Milano 2015, Tribuna Economica, in collaborazione al Ministero degli Affari Esteri, pubblicherà il "Rapporto Italia"
[Clicca per saperne di più...](#)

TRIBUNA ECONOMICA
 Un giornale internazionale

In partnership con Tribuna Economica



NOTIZIE PER CATEGORIA

- Istituzioni nazionali
- Istituzioni estere
- Istituzioni locali
- Aziende diverse
- Finanza/Bilanci
- Banche/Assicurazioni
- Motori
- Informatica/Tecnologia
- Energia/Ambiente
- Chimica/Farmaceutica
- Compagnie aeree

area **MINISTERI DEGLI AFFARI ESTERI**

Istituzioni nazionali

AEFI con ICE nelle principali manifestazioni internazionali dell'agroalimentare

Categoria: Istituzioni nazionali

Publicato: 25 Settembre 2014

Continuano le iniziative estere organizzate da ICE Agenzia e AEFI nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attività di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero.

Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa.

"Abbiamo riscontrato già molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business" - commenta Ettore Riello, Presidente di AEFI.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

"L'Expo è un'occasione irripetibile per le imprese italiane, per valorizzare la loro eccellenza nel settore agroalimentare che riveste un ruolo significativo nell'economia nazionale. Accomunati dalla consapevolezza del ruolo che anche le fiere possono giocare nel sostenere la ripresa dell'intero sistema Paese, i soci di AEFI hanno aderito con entusiasmo e senso di responsabilità a questo nostro progetto. All'ottima riuscita di Expo possiamo inoltre contribuire dando visibilità alle iniziative ad esso legate nell'ambito di manifestazioni fieristiche che, lo scorso anno, hanno registrato congiuntamente circa un milione e mezzo di visitatori italiani e internazionali." - ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello.

Sul fronte nazionale, un esempio significativo del lavoro di AEFI e ICE Agenzia sono le numerose missioni di operatori esteri provenienti dai Paesi di maggiore interesse che hanno partecipato a tutte le manifestazioni coinvolte nel programma: all'inizio di settembre è stata significativa la presenza di delegazioni straniere a GELATO WORLD TOUR (Rimini, 5-7 settembre) e al SANA

Cerca... 

Language
 Seleziona  

Technip
 take it further.

Tribuna Economica per Expo Milano 2015
EXPO
 MILANO 2015
 1 MAGGIO • 31 OTTOBRE
 NUTRIRE IL PIANETA
 ENERGIA PER LA VITA

Studio **Bergonzini**
 COMUNICAZIONE


 www.ccib.it
 CAMERA DI COMMERCIO
 ITALO-BRASILIANA

Settimana 15 giorni mese

PDF EDIZIONE CARTACEA



Altre notizie

Turismo

Moda

Cultura

Inglese/Francese

(Bologna, 6-9 settembre) che hanno ospitato 50 operatori provenienti da Australia, Cina, Emirati Arabi Uniti, Europa, Russia, Svizzera, USA.

Il progetto di accoglienza prosegue ora con MACFRUIT, la manifestazione dedicata all'ortofrutta che dal 24 al 26 settembre animerà il quartiere fieristico di Cesena. Durante i tre giorni dell'evento sono attesi 20 operatori provenienti da Russia, Emirati Arabi Uniti e Marocco.

Proprio per il grande lavoro di AEFI e ICE Agenzia, tre nuove manifestazioni italiane - Biolife, Interpoma e Pianeta Gourmarte - e due estere - Vinitaly Russia e Abu Dhabi Sial - hanno colto il valore del progetto e deciso di aderire.

Succ >

ARCHIVIO NOTIZIE

RAPPORTI AMBASCIATE

prossimi
Rapporti - Paese
con pagine dedicate
a Expo 2015

LINK ISTITUZIONALI



TRIBUNA ECONOMICA
... Le notizie pubblicate nell'Online sono emanate da enti pubblici e/o da società private
LE NOSTRE FONTI

Copyright - © 2005/2014 Tribuna Economica - Designed by mpgraphic
Sito ottimizzato per: Google Chrome, Safari e ultime versioni di Explorer



Codice abbonamento: 065281



CONDIVIDI

Feed RSS

- HOME
- AGROALIMENTARE
- VINO
- ORTOFRUTTA
- Expo 2015
- Vinitaly
- Made in Italy
- Frodi alimentari
- Terremoto negli USA

CONTINUANO LE INIZIATIVE ESTERE ORGANIZZATE DA ICE E AEFI

«Road to Expo 2015»

Il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. Ettore [Riello](#): «Concretizzate importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business».

SPECIALE Expo 2015

REDAZIONE | giovedì 25 settembre 2014

commenti

Tutto su: [Agroalimentare](#) [Eventi](#) [Fiera](#) [Vino](#) [Made in Italy](#) [Expo 2015](#) [MSE](#) [Roma](#)
[Riello](#) [Ettore](#)



Bicchieri di vino

Stampa

ROMA - Continuano le iniziative estere organizzate da Ice e Aefi nell'ambito di «Road to Expo 2015», il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attività di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero.

Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze

+ I più visti » Top 50

- 1 Allarme frutta spagnola
- 2 Frutta, stop all'etossichina
- 3 La cucina ligure di qualità diventa un marchio registrato
- 4 Arriva a Cuneo il roadshow di Vinitaly
- 5 Fiera Bovino, in mostra il trattore più grande del mondo!
- 6 Pesche e netterane, l'Europa in ritardo
- 7 La quotazione dei cereali alla Borsa Merci di Perugia
- 8 La Pizza napoletana sarà «Specialità tradizionale garantita»
- 9 Grano: «Bene la reintroduzione dei dazi ma il provvedimento è insufficiente»
- 10 Corsi AIS Veneto, il calendario del primo semestre 2014

agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa.

«Abbiamo riscontrato già molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business» - commenta Ettore [Riello](#), Presidente di Aefi.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il «sistema Italia».

«L'Expo è un'occasione irripetibile per le imprese italiane, per valorizzare la loro eccellenza nel settore agroalimentare che riveste un ruolo significativo nell'economia nazionale. Accomunati dalla consapevolezza del ruolo che anche le fiere possono giocare nel sostenere la ripresa dell'intero sistema Paese, i soci di AEFI hanno aderito con entusiasmo e senso di responsabilità a questo nostro progetto. All'ottima riuscita di Expo possiamo inoltre contribuire dando visibilità alle iniziative ad esso legate nell'ambito di manifestazioni fieristiche che, lo scorso anno, hanno registrato congiuntamente circa un milione e mezzo di visitatori italiani e internazionali», ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore [Riello](#).

SEGUICI SUI SOCIAL NETWORK

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE

Expo 2015 nel DiariodelWeb.it

[Leggi tutte »](#)

- ▶ **VIDEO:** Un drone per mostrare l'avanzamento del cantiere
- ▶ **VIDEO:** Smart city: l'esempio è Expo 2015
- ▶ Bracco: Prendiamoci cura della nostra economia
- ▶ **VIDEO:** Sala chiede un passo indietro ad Acerbo, ma solo per le Vie d'acqua
- ▶ **VIDEO:** Ancora incertezza sull'Albero della Vita

COMMENTI

Diario del Web S.r.l.
Via Vaglio Colma, 58 - 13900 Biella.

Copyright 2014 © Tutti i diritti riservati.

CF, Partita I.V.A. e Iscrizione al Registro delle Imprese n. 02476110024. R.E.A. di Biella: 191222 Capitale sociale € 10.000

Chi siamo

[Contatti](#)

[Avviso Legale](#)

[Privacy Policy](#)

[Uso dei cookie](#)

24 settembre 2014

INTERNAZIONALIZZAZIONE - Le iniziative di Road to Expo 2015: prosegue il viaggio di AEFI con ICE nelle principali manifestazioni internazionali dell'agroalimentare

Continuano le iniziative estere organizzate da Ice Agenzia e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attività di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero.



"Abbiamo riscontrato già molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business" – commenta **Ettore Riello, presidente di Aefi**.

Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze

agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, Usa, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

"L'Expo è un'occasione irripetibile per le imprese italiane - ha sottolineato Riello - per valorizzare la loro eccellenza nel settore agroalimentare che riveste un ruolo significativo nell'economia nazionale. Accomunati dalla consapevolezza del ruolo che anche le fiere possono giocare nel sostenere la ripresa dell'intero sistema Paese, i soci di AEFI hanno aderito con entusiasmo e senso di responsabilità a questo nostro progetto. All'ottima riuscita di Expo possiamo inoltre contribuire dando visibilità alle iniziative ad esso legate nell'ambito di manifestazioni fieristiche che, lo scorso anno, hanno registrato congiuntamente circa un milione e mezzo di visitatori italiani e internazionali."

WALL STREET ITALIA

24 settembre 2014

Aefi con Ice nelle manifestazioni internazionali agroalimentari - 1

Roma, 24 set. (TMNews) - Continuano le iniziative estere organizzate da Ice e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attività di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero.

Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa. (Segue)

Aefi con Ice nelle manifestazioni internazionali agroalimentari - 2

“Abbiamo riscontrato già molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business” – commenta Ettore Riello, Presidente di AEFI.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il “sistema Italia”.

“L'Expo è un'occasione irripetibile per le imprese italiane, per valorizzare la loro eccellenza nel settore agroalimentare che riveste un ruolo significativo nell'economia nazionale. Accomunati dalla consapevolezza del ruolo che anche le fiere possono giocare nel sostenere la ripresa dell'intero sistema Paese, i soci di AEFI hanno aderito con entusiasmo e senso di responsabilità a questo nostro progetto. All'ottima riuscita di Expo possiamo inoltre contribuire dando visibilità alle iniziative ad esso legate nell'ambito di manifestazioni fieristiche che, lo scorso anno, hanno registrato congiuntamente circa un milione e mezzo di visitatori italiani e internazionali.” – ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello.

24 settembre 2014

Aefi con Ice nelle manifestazioni internazionali agroalimentari - 1

Roma, 24 set. (TMNews) - Continuano le iniziative estere organizzate da Ice e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attività di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine.

Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialità: lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero.

Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa. (Segue)

Aefi con Ice nelle manifestazioni internazionali agroalimentari - 2

"Abbiamo riscontrato già molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business" – commenta Ettore Riello, Presidente di AEFI.

I visitatori delle diverse manifestazioni vengono interessati con attività didattiche e degustazioni, materiale informativo dedicato a Road to Expo 2015 e alle manifestazioni italiane che hanno aderito al progetto oltre che con attività di relationship building con professionisti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia".

"L'Expo è un'occasione irripetibile per le imprese italiane, per valorizzare la loro eccellenza nel settore agroalimentare che riveste un ruolo significativo nell'economia nazionale. Accomunati dalla consapevolezza del ruolo che anche le fiere possono giocare nel sostenere la ripresa dell'intero sistema Paese, i soci di AEFI hanno aderito con entusiasmo e senso di responsabilità a questo nostro progetto. All'ottima riuscita di Expo possiamo inoltre contribuire dando visibilità alle iniziative ad esso legate nell'ambito di manifestazioni fieristiche che, lo scorso anno, hanno registrato congiuntamente circa un milione e mezzo di visitatori italiani e internazionali." – ha dichiarato il Presidente di AEFI Ettore Riello.

24 settembre 2014

BigItaly focus

“Road to Expo”, continua il viaggio di Ice e Aefi

L'INIZIATIVA

24 set) Continua il viaggio di Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) e Aefi (Associazione esposizioni e fiere italiane) nelle principali manifestazioni internazionali dell'agroalimentare, in vista dell'Esposizione universale di Milano. Tante le iniziative estere organizzate nell'ambito di “Road to Expo 2015”, il progetto promosso dal ministero dello Sviluppo economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano. In quest'ottica, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attività di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine. Le fiere rappresentano una leva strategica e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialità. A confermarlo i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (più di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero. Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le più importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, Usa, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa. “Abbiamo riscontrato già molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunità di business” commenta Ettore Riello, presidente di Aefi. Tra le recenti adesioni al progetto, da registrare quelle di tre nuove manifestazioni italiane – Biolife (Bolzano, 7-9 novembre 2014), Interpoma (Bolzano, 20-22 novembre 2014) e Pianeta Gourmarte (Bergamo, 29 novembre – 1 dicembre 2014) e due estere – Vinitaly Russia (Mosca, 19 novembre 2014) e Abu Dhabi Sial (Abu Dhabi, 24-26 novembre 2014). (Red)

SCHEDA / AEFI

Aefi - Associazione esposizioni e fiere italiane nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all'erogazione di servizi per le fiere attraverso l'attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrative-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi. Sul piano internazionale, Aefi rappresenta le fiere italiane in Ufi - Union des Foires Internationales. 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 gran parte delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% del totale delle manifestazioni fieristiche che hanno luogo annualmente in Italia.

24 settembre 2014

Fiere: proseguono iniziative Road to Expo2015 di Aefi e Ice

17:58 MILANO (MF-DJ)--Continuano le iniziative estere organizzate da Ice Agenzia e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, spiega una nota, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attivita' di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine. Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialita': lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (piu' di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero. Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le piu' importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa. "Abbiamo riscontrato gia' molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunita' di business", commenta Ettore Riello, Presidente di Aefi. com/lab (fine) MF-DJ NEWS 2417:58 set 2014

24 settembre 2014

Fiere: proseguono iniziative Road to Expo2015 di Aefi e Ice

17:58 MILANO (MF-DJ)--Continuano le iniziative estere organizzate da Ice Agenzia e Aefi nell'ambito di "Road to Expo 2015", il progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico per la valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, in vista del prossimo appuntamento con l'Esposizione Universale. In quest'ottica, spiega una nota, parallelamente alle azioni volte a supportare il sistema fieristico italiano, nel suo ruolo di protagonista nella valorizzazione del comparto agroalimentare, si rafforzano anche le attivita' di incoming di operatori specializzati alle principali manifestazioni mondiali del settore food&wine. Le fiere rappresentano, infatti, una leva strategica per la crescita economica e industriale, e l'agroalimentare ne ha certamente colto il valore e le potenzialita': lo confermano i numeri delle fiere del settore, a livello nazionale e internazionale: 605.554 mq di superficie espositiva (piu' di 85 campi da calcio), 14.000 espositori, 1.400.000 visitatori, di cui quasi 250.000 provenienti dall'estero. Le prime tappe estere di Road to Expo 2015 sono state Fancy Food a New York, World Food Moscow a Mosca e Space 2014 a Rennes, e continueranno fino ad aprile 2015, valorizzando non solo le eccellenze agroalimentari italiane, ma l'intero sistema fieristico nazionale, toccando le piu' importanti manifestazioni mondiali del settore con particolare attenzione su mercati-chiave come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa. "Abbiamo riscontrato gia' molta soddisfazione da parte delle fiere italiane coinvolte e soprattutto grande entusiasmo degli operatori, che hanno concretizzato importanti occasioni per ampliare il proprio network di contatti e sviluppare nuove opportunita' di business", commenta Ettore Riello, Presidente di Aefi. com/lab (fine) MF-DJ NEWS 2417:58 set 2014

RAPPORTO
FIEREL'agroalimentare in tour
il mondo diventa vetrina
con un occhio all'Expo

LA PRIMA TAPPA DI ROAD TO EXPO SI È CONCLUSA, CON 350 IMPRESE CIRCA CHE, TRA FINE GIUGNO E IL PRIMO DI LUGLIO, HANNO ESPOSTO I PROPRI PRODOTTI NEGLI STATI UNITI AL FANCY FOOD SHOW DI NEW YORK ED È SOLO L'INIZIO PROSSIMA MISSIONE RUSSA

Stefania Aoi

Milano

Il dado è tratto. La prima tappa di Road to Expo si è conclusa, con 350 imprese circa che, tra fine giugno e il primo di luglio, hanno esposto i propri prodotti negli Stati Uniti al Fancy Food Show di New York. Ed è solo l'inizio di un tour in giro per il mondo che vedrà protagoniste le aziende dell'agroalimentare made in Italy. Obiettivo rafforzare vecchi rapporti commerciali, stringerne di nuovi e portare su un numero sempre maggiore di tavole i nostri prosciutti, il vino, e tutte quelle prelibatezze tipiche del Belpaese. Tutto questo cavalcando l'onda dell'Expo 2015.

«Entro l'anno prossimo vogliamo raggiungere 3 mila operatori esteri», spiega Ettore Riello, presidente di Aefi. È stata la sua associazione, che rappresenta 35 quartieri fieristici, a proporre l'iniziativa Road to Expo e a ottenere il beneplacito del ministero dello Sviluppo Economico e un milione di euro di finanziamento, nonché il sostegno dell'Ice, l'istituto nazionale per il commercio estero. Adesso, dopo gli Stati Uniti, mercato ghiotto per chi vende cibi e bevande, che vale un giro d'affari di oltre 88 miliardi di dollari (in crescita del 18 per cento), ecco che le prossime tappe saranno quella del 15 settembre a Mosca, al Word Food, e del 16 settembre allo Space a Rennes (Francia).

Poi si andrà avanti, di fiera in fiera, fino al prossimo aprile. Ci sono 50 mila depliant da distribuire, migliaia di mani da stringere e altrettanti palati da deliziare. Tutto ciò in un tour de force che attraverserà Cina, Emirati Arabi, Germania, di nuovo gli Stati Uniti, ma anche Giappone e Marocco, e durerà fino al taglio del nastro dell'Esposizione universale 2015, dedicata al tema "Nutrire il Pianeta. Energia per la vita". Mancano 291 giorni all'Expo 2015. E alle porte di Milano, cuore dell'evento, si continua a lavorare. Ma mentre un esercito di giardinieri si prepara a piantare 12 mila alberi, 83 mila arbusti, 107 mila piante acquatiche e a creare un enorme polmone verde nel nuovo quartiere fieristico, il ministro dell'Agricoltura Maurizio Martina non si stanca di sottolineare l'importanza del momento: «Expo è una grande occasione per le nostre imprese — ha affermato più volte — una opportunità da sfruttare al meglio, favorendo l'apertura verso nuovi mercati, ma anche rafforzando le collaborazioni esistenti con buyer, operatori del settore e quanti scommettono e credono nel valore del nostro Paese e nelle sue risorse». Per ottenere il massimo dei benefici, serviva preparare la strada. «Così ora — racconta Riello — nelle maggiori fiere internazionali di settore l'Italia avrà un suo stand dedicato dove potrà illustrare le proprie iniziative, ma anche presentare sia l'Esposizione Universale che la propria filiera produttiva alimentare». E si farà di più. Road to Expo cercherà di richiamare giornalisti e buyers in Italia, nelle 20 manifestazioni fieristiche dedicate all'agro-alimentare come Vinitaly, Cibus, Gelato World Tour, Cucinare, ma anche dedicate al riciclo come Ecomondo.

Obiettivo favorire l'incoming, e usare questi appuntamenti quasi come fossero una sorta di tappeto rosso che man mano conduce al quartiere dell'Expo l'anno prossimo. Le fiere coinvolte nell'iniziativa durante l'arco di quest'anno potranno così organizzare visite alle realtà produttive più importanti, far conoscere il patrimonio di saperi e competenze dei territori e raccontare il legame che lega gli imprenditori italiani del settore alle rispettive terre.

Il fermento attorno all'Esposizione Universale è grande. Non solo i signori delle fiere italiane, e quelli dell'agroalimentare stanno cercando di sfruttare al meglio la vetrina del 2015. Lunga è la fila, e in cima ci sono di sicuro gli operatori turistici, all'opera, per rilanciare il settore. Così da poco il Touring club italiano ha stretto accordi con Expo per promuovere le bellezze del Paese in rete con Welcome to Italy. Un grande progetto di comunicazione per valorizzare attraverso i social media il patrimonio culturale e paesaggistico dello Stivale. Già da questo mese fino al prossimo 15 settembre, ad esempio, ogni giorno sui canali ufficiali Facebook e Twitter di Expo Milano 2015 e Touring Club, si aprirà un dialogo tra turisti e città d'arte, località di montagna, o di mare, per dare informazioni e far conoscere il territorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Scenari

Obiettivo 2015 per la ripartenza

Qualche segnale di ripresa per il settore, ma restano le difficoltà
Progetto Aefi-Ice nel contesto dell'Expo del prossimo anno:
agroalimentare in vetrina all'estero, coinvolte 20 manifestazioni

di Emanuele Scarci

Fiere nel tunnel della crisi nonostante piccoli segnali di ripresa. Molti operatori sono però convinti che la svolta arriverà con Expo 2015.

Oggi bisogna accontentarsi della buona tenuta delle fiere che "giocano in Champions league": infatti a cavallo tra il 2013 e il 2014 le fiere eccellenti (da I Saloni a Cosmoprof, da [Vinitaly](#) a Cibus) hanno confermato la loro capacità di resistere alla crisi, ma per altre manifestazioni e quartieri sono continuate le sofferenze. Hanno guadagnato metri quadrati, stando alle dichiarazioni degli organizzatori, la veronese [Vinitaly](#) e la milanese Host (ospitalità professionale) mentre hanno sostanzialmente tenuto le posizioni la bolognese Cosmoprof, la fiorentina Pitti uomo-bimbo e la milanese Micam. Nel complesso però, secondo le elaborazioni di Edifis Intelligence, le principali 12 manifestazioni italiane hanno perso nel 2013 circa il 4% degli spazi rispetto al 2011, ma è lievemente cresciuto il numero degli espositori.

Per [Ettore Riello](#), presidente di Aefi, l'Associazione esposizioni e fiere italiane, «nonostante la crisi le imprese italiane continuano a nutrire fiducia nello strumento fiera, anche se devono essere necessariamente più selettive nella scelta degli eventi». E poi Riello cita i dati dell'Osservatorio congiunturale Aefi, che raccoglie le indicazioni di 25 poli fieristici italiani associati: il saldo tra chi dichiara un aumento e chi una flessione nel primo trimestre 2014 rispetto allo stesso periodo 2013 è positivo con riguardo a numero di espositori (12%), superficie occupata (4%), numero di visitatori (28%).

«L'uscita dalla crisi è graduale e lenta - conferma Giuliana Ferrofino, presidente di Comitato fiere industria, l'agenzia di Confindustria - anche se alcuni segnali recenti fanno ben sperare. Il 2013 ha co-

stituito il punto di svolta: in particolare le fiere degli associati Cfi hanno fatto registrare un incremento di circa 2.700 espositori e del 5,1% dei visitatori esteri: ora il grado d'internazionalità si è attestato al 30,9% per gli espositori e al 31,5% per i visitatori professionali».

E il calo dei metri quadrati nel sistema fiere? «È dovuto - risponde Ferrofino - non solo alla crisi che ha colpito le aziende, ma anche a due specifici fattori: l'esigenza crescente di partecipare a più manifestazioni sui mercati emergenti e l'evoluzione delle tecnologie di comunicazione».

Per Enrico Pazzali, ad di Fiera Milano, «questo fenomeno della riduzione del budget promozionale lo osserviamo da tempo, anche se le Pmi non rinunciano alla partecipazione. Speriamo in un'inversione di tendenza». Quanto alla svolta del sistema fieristico «arriverà nel 2015 - osserva Pazzali - Ed Expo sarà uno dei driver oltre che un'occasione per rafforzare la nostra reputazione internazionale. Dobbiamo recuperare quell'attrattiva persa da 20 anni e non solo dall'inizio della recessione».

Come? «I quartieri maggiori - osserva Paolo Lombardi, del comitato esecutivo di Fondazione Fiera Milano - hanno capito per tempo che rischiavano l'emarginazione: hanno quindi ammodernato spazi e servizi, lanciato nuovi marchi, aumentato l'organizzazione diretta degli eventi secondo una logica di specializzazione di filiera e hanno scelto partner esteri qualificati per presidiare i nuovi mercati». Lombardi però non nasconde che negli ultimi anni «è aumentato anche il numero dei quartieri che hanno ridotto ai minimi termini l'attività fieristica, aperto spazi espositivi ad altri usi oppure hanno dismesso spazi e padiglioni».

Riello (che è anche presidente di Veronafiere) non trascura il processo d'internazionalizzazione. «L'internazionalizzazione è una priorità per gli operatori -

osserva - e per supportarli Aefi ha sottoscritto un accordo con Ice in base al quale gli associati possono beneficiare di servizi agevolati da parte dell'Agenzia Ice per l'organizzazione delle loro iniziative all'estero nonché conferire a Ice incarichi di rappresentanza su uno o più mercati esteri».

Un esempio concreto della partnership con Ice è "Road to Expo 2015", progetto che mira a promuovere l'eccellenza italiana nel contesto di Expo 2015 e che supporta il sistema fieristico nella promozione dell'agroalimentare italiano: sino a tutto il 2014 verrà realizzato un programma di attività, in Italia e all'estero, che condurrà l'alimentare tricolore nelle principali manifestazioni fieristiche mondiali, con un'unica immagine e un solo format per essere immediatamente riconoscibile. Coinvolte 20 manifestazioni che fanno capo alle fiere di Rimini, Verona, Pordenone, Firenze, Erba, Cagliari, Foggia, Parma, Bologna, Cesena e Longarone.

In particolare da fine giugno il progetto "Road to Expo 2015" punterà all'estero dove, a partire dalla manifestazione Fancy Food di New York, toccherà alcuni mercati-obiettivo come Germania, Francia, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa.

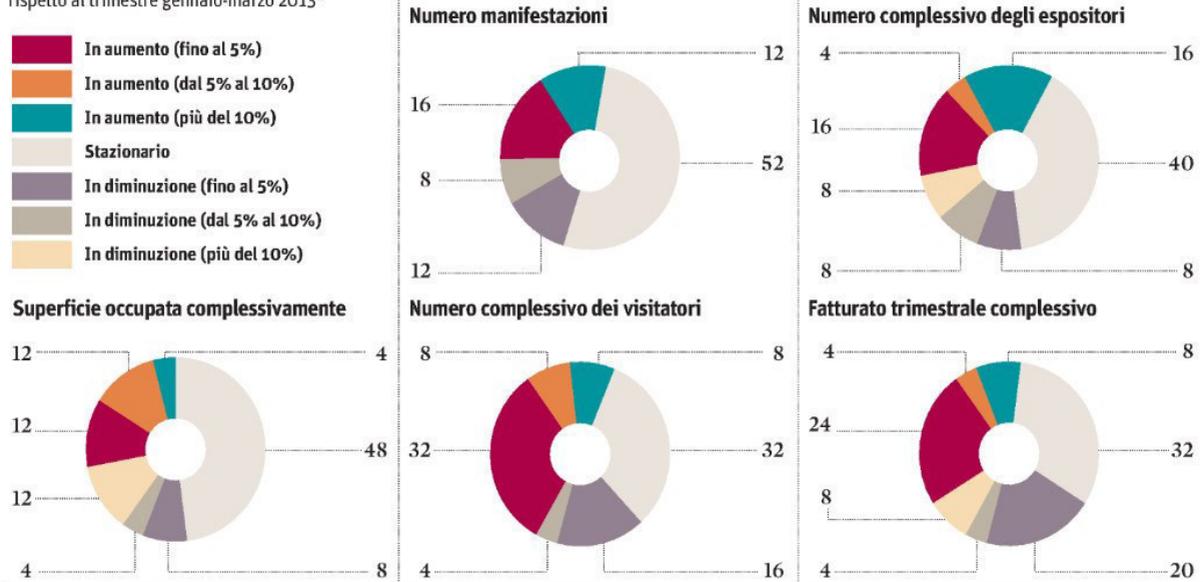
Infine, nel confronto internazionale tra quartieri fieristici, nel 2013 i tedeschi si sono confermati i più temibili concorrenti, anche perché operano all'estero da molti anni. Il gruppo Fiera Francoforte ha arrotondato i ricavi avvicinandosi alla boa dei 550 milioni e con un Mol record di quasi il 20% dei ricavi; la svizzera Mch dovrebbe aver scavalcato Dusseldorf (323 milioni) con 387 milioni di ricavi e 66 milioni di Mol. Seguono ancora le tedesche Muenchen (308 milioni) e Colonia (271 milioni). La prima delle italiane è Fiera Milano con 258 milioni di ricavi e 3,3 milioni di Mol.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il termometro del settore fieristico

I PRIMI TRE MESI DELL'ANNO

L'osservatorio congiunturale sul settore fieristico Aefi: le risposte degli intervistati (in %) sull'andamento nel trimestre gennaio-marzo 2014 rispetto al trimestre gennaio-marzo 2013*



*L'indagine ha coinvolto 25 poli fieristici italiani associati Aefi

Fonte: Associazione esposizioni e fiere italiane

Gli operatori



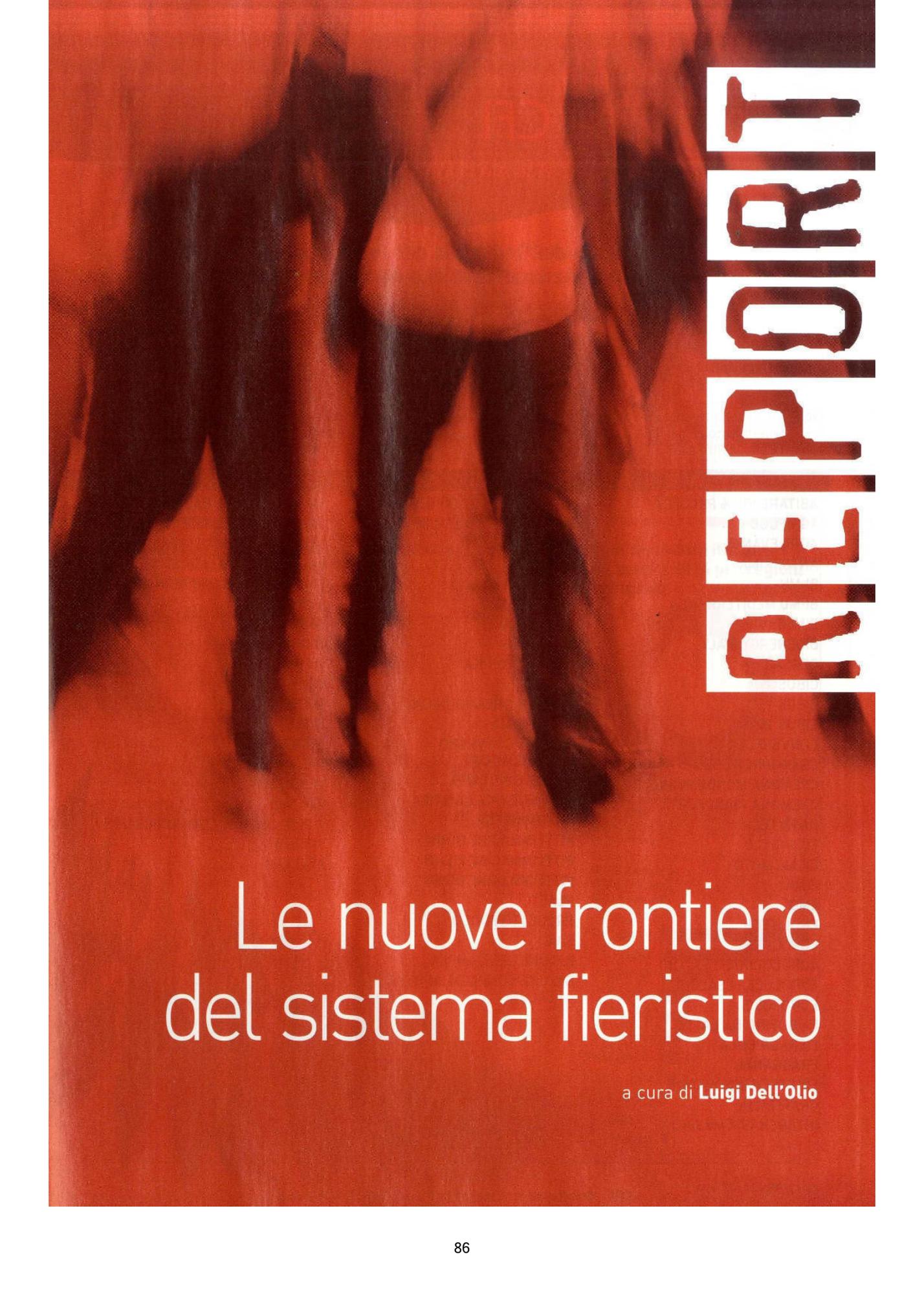
Aefi. Il presidente Ettore Riello

“ Per Ettore Riello, presidente Aefi, «nonostante la crisi le imprese italiane continuano a nutrire fiducia nello strumento fiera»



Cfi. La presidente Giuliana Ferrofino

“ Secondo Giuliana Ferrofino, presidente Cfi, «l'uscita dalla crisi è graduale e lenta anche se alcuni segnali recenti fanno ben sperare»



REPORT

Le nuove frontiere del sistema fieristico

a cura di **Luigi Dell'Olio**

I NUMERI

Un business con grandi potenzialità

Al pari delle aziende espositrici, anche gli enti fieristici puntano sull'internazionalizzazione per restare competitivi a fronte della debolezza prolungata che sta caratterizzando l'economia italiana. Un concetto che vale sia all'interno, con la necessità di organizzare eventi oltreconfine, che nella consulenza alle aziende clienti, per accompagnarle nei progetti di crescita al di fuori dei confini nazionali.

Il volano dell'Expo

Secondo le rilevazioni dell'Aefi (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane), in Italia ci sono 65 quartieri fieristici, con una superficie espositiva complessiva che si attesta sui 4,2 milioni di metri quadrati, di cui 2,27 milioni coperti. Numeri impressionanti per i non addetti ai lavori, che evidenziano l'importanza di questo settore per l'economia italiana e il peso che ha saputo acquisire negli anni. Va detto, comunque, che la portata

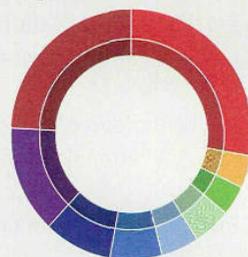
e le dimensioni degli appuntamenti espositivi sono molto differenziate, con un totale di 926 manifestazioni in programma quest'anno, tra 196 internazionali, 280 nazionali, 400 regionali/locali e 92 organizzate all'estero. Gli espositori stimati sono 200mila circa, di cui 98mila per gli eventi internazionali (il 28% circa proviene dall'estero). Mentre i visitatori attesi sono 22 milioni all'incirca, di cui 13 milioni per gli appuntamenti internazionali (di cui il 10% arriva da oltreconfine). Su questo fronte molto resta ancora da fare, considerato che proprio gli incontri tra i padiglioni possono essere l'occasione per entrare in contatto con potenziali partner o clienti internazionali. Sarà curioso vedere quale sarà l'impatto di Expo il prossimo anno, con non meno di 20 milioni di persone attese, di cui il 40% dall'estero. L'appuntamento milanese non è

Manifestazioni italiane internazionali 2014 per settore

	Settore merceologico	Numero manifestazioni	% sul totale
1	Agricoltura, Silvicultura, Zootecnia	14	7,14
2	Food, Bevande, Ospitalità	21	10,71
3	Sport, Hobby, Intrattenimento, Arte	29	14,80
4	Servizi Business, Commercio	3	1,53
5	Costruzioni, Infrastrutture	9	4,59
6	Viaggi, Trasporti	3	1,53
7	Sicurezza, Antincendio, Difesa	2	1,02
8	Formazione, Educazione	2	1,02
9	Energia, Combustibili, Gas	4	2,04
10	Protezione dell'ambiente	4	2,04
11	Stampa, Packaging, Imballaggi	2	1,02
12	Arredamento, Design d'interni	6	3,06
13	Casalinghi, Giochi, Regalistica	4	2,04
14	Bellezza, Cosmetica	2	1,02
15	Real Estate, Immobiliare	1	0,51
16	Automobili, Motocicli	8	4,08
17	Chimica	3	1,53
18	Elettronica, Componenti	1	0,51
19	Industria, Tecnologia, Meccanica	18	9,18
20	Aviazione, Aerospaziale	0	0,00
21	IT e Telecomunicazioni	2	1,02
22	Salute, Attrezzature ospedaliere	2	1,02
23	Ottica	1	0,51
24	Gioielli, Orologi, Accessori	10	5,10
25	Tessile, Abbigliamento, Moda	35	17,86
26	Trasporti, Logistica, Navigazione	4	2,04
27	Campionarie Generali	5	2,55
28	Articoli funerari e cimiteriali	1	0,51
TOTALE		196	100,00

Fonte: dati di settore, Coordinamento Interregionale fiere - Calendario 2014, aggiornato al 14 aprile 2014

Manifestazioni italiane all'estero 2014 per regioni principali



riconducibile in toto al mondo delle fiere, dato che si tratta di un evento non ripetuto con frequenza annuale, e comunque a rotazione tra le città del mondo, ma la sua buona riuscita sarebbe il viatico migliore per recuperare l'appel dell'Italia agli occhi degli uomini di business che arrivano da oltreoceano. Tornando alle stime di Aefi, gli affari conclusi ogni anno durante le fiere ammontano a 60 miliardi di euro, che corrispondono più o meno al 4% del Pil italiano. In realtà, la portata economica di questi eventi è di gran lunga maggiore, tra attività di networking, strette di mano e relazioni che nascono o si consolidano, ma sarebbe impossibile produrre stime di questo tipo. Di sicuro c'è che, secondo una ricerca condotta dalla stessa associazione di settore, il 75,3% delle imprese vede nella fiera uno strumento fondamentale per il proprio sviluppo, utile al contatto diretto con il mercato e alla comunicazione della competenza aziendale in fase di ricerca attiva del potenziale acquirente.

Trend positivi, nonostante la congiuntura

L'andamento dell'economia nazionale ha un impatto diretto sul settore delle fiere, considerato che influisce sui budget a disposizione delle aziende che puntano a esporre, così come sulla capacità di spesa dei visitatori professionali e sulle abitudini dei semplici curiosi. L'ultima rilevazione trimestrale sulle tendenze del settore fieristico, condotta dall'Osservatorio congiunturale di Aefi per il periodo ottobre-dicembre 2013, offre l'immagine di un settore che, seppure con cautela, mostra segnali di evoluzione sia rispetto al trimestre precedente, sia rispetto al corrispondente trimestre del 2012 per quasi tutti gli indicatori considerati: numero di manifestazioni, flussi di visitatori e superficie occupata. Quanto al primo indicatore, la stabilità del terzo trimestre 2013 questa volta lascia spazio a un saldo positivo tra risposte in aumento e quelle in diminuzione. Cresce anche il numero complessivo degli espositori, con un saldo positivo (+15,41%)

Non solo prodotti, ma relazioni

Giuliana Ferrofino è presidente del Cfi, Comitato fiere industrie. Con lei abbiamo fatto il punto su alcuni trend evolutivi degli ultimi mesi.

I poli fieristici stanno soffrendo più o meno dei settori di riferimento?

Premesso che le fiere settoriali sono strumentali e strategiche per l'internazionalizzazione delle imprese, il comparto ha risentito della crisi globale, ma in termini quantitativi in misura meno rilevante rispetto all'andamento dei settori industriali di riferimento, con contrazioni annuali a una cifra tra il 2009 e il 2012, sia per spazi venduti che per espositori e visitatori.

Quali sono i segnali più evidenti del cambiamento in atto?

Sicuramente la contrazione degli spazi espositivi conseguente a nuove modalità di essere in fiera adottate dalle imprese espositrici, accompagnate dalla tendenza a investire per esplorare nuovi mercati. Di positivo c'è che nel biennio 2012-2013 il livello di internazionalità dei visitatori professionali è risultato in crescita, a testimonianza del fatto che nell'economia globale il sistema produttivo italiano, per le sue caratteristiche di qualità e creatività, è oggetto di crescente

attenzione da parte della domanda internazionale.

Cambia il modo di vivere la partecipazione a questi eventi?

La fiera settoriale sta diventando sempre più un momento di incontro che, pur basandosi sui prodotti, sviluppa l'informazione e la formazione professionale e di ciò si deve rendere merito agli organizzatori fieristici che sono in grado di impostare e realizzare strategie sempre più evolute e rispondenti alle esigenze mutevoli della domanda e dell'offerta. La proposta fieristica non è statica, ma è dinamica: molti appuntamenti internazionali organizzati in Italia mantengono un forte appeal in forza della capacità degli organizzatori di dare immediata risposta alle esigenze del mercato globale. Ai poli che ospitano le fiere internazionali spetta il ruolo strumentale di disporre di strutture e servizi efficienti e funzionali al loro successo, valorizzando le risorse del territorio e assicurando infrastrutture dedicate inappuntabili.



Giuliana Ferrofino

che inverte la tendenza del trimestre precedente (la performance migliore emerge presso gli espositori stranieri extra Ue). Di conseguenza cresce la superficie occupata, con il saldo delle risposte (+11,57%) che torna a essere positivo sia rispetto al semestre precedente (8,34), che rispetto a fine 2012 (-3,7%). "L'incrocio dei dati relativi al numero degli espositori con quelli di superficie", sottolineano gli autori della ricerca, "sembra confermare la tendenza a una riduzione della superficie media degli stand". Buone notizie arrivano anche dal

fronte dei visitatori. Il 57% delle persone coinvolte in questa indagine vede un incremento, con un saldo (+34,6) in miglioramento rispetto sia al trimestre precedente (+4,16%), che a fine 2012 (+25,9). L'aumento è più deciso da parte dei visitatori italiani (saldo +26,97), buono per i visitatori UE (saldo 19,23), molto più contenuto invece per quelli extra Ue (saldo +3,85). Risultati positivi che però non si riflettono sull'andamento del fatturato degli enti fieristici, che rimane stabile per la grande maggioranza dei rispondenti all'indagine.

I TREND

La carta dell'internazionalizzazione

Nonostante le buone notizie, non mancano le ragioni per continuare a vedere il bicchiere mezzo vuoto: la crisi generale delle imprese, porta a una drastica riduzione dei costi, a partire dalle iniziative di comunicazione. Nonostante questo, va sotto-

lineato che continua a essere forte la spinta espansionistica oltreconfine da parte delle fiere italiane, che investono massicciamente nonostante la difficoltà di accesso al credito proprio nella convinzione che si tratti di una scelta obbligata per non farsi

trascinare nella palude dell'economia italiana. Quanto ai paesi di insediamento, prevale il Brasile, da cui si assiste negli ultimi anni anche a un costante incremento di visitatori in Italia, seguito dalla Cina. Seguono gli Stati Uniti, anche grazie all'irrobustirsi della ripresa nella prima economia mondiale, con le novità rappresentate dal Sud Africa e dal generoso mercato russo, soprattutto per alcuni settori.

Le strategie dei poli fieristici

Il processo di internazionalizzazione è evidente soprattutto tra i poli espositivi di maggiori dimensioni, sia perché più robusti dal punto di vista finanziario (e quindi con budget più elevati a disposizione), sia perché da sempre più abituati a guardare al di là dei confini nazionali.

Fiera Milano, con un polo espositivo tra i più grandi d'Europa, è stata tra le prime a percorrere questa strada e da qualche anno organizza direttamente anche una serie di eventi all'estero, come il salone della casa (Homi) in Brasile e quello dell'alimentare (Food Hospitality World) in India. Bologna Fiere punta su progetti di internazionalizzazione per promuovere settori più vitali del territorio, come il Cersaie, ceramiche e arredo bagno, e Sana, la fiera del biologico, mentre in Cina organizza Sh Contemporary, vetrina dell'arte asiatica contemporanea. L'internazionalizzazione è fondamentale anche per Veronafiere, che punta a creare sinergie tra le manifestazioni domestiche e la loro crescita oltreconfine, favorendo senza soluzione di continuità l'incontro tra domanda e offerta nel corso dell'anno e presidiando più mercati. Il polo veneto ha portato la propria attività internazionale a un livello che non si misura più in numero di manifestazioni, quanto nello sviluppo di piattaforme di riferimento sui mercati esteri. In questa direzione vanno l'apertura dell'ufficio di rappresentanza presso Ice di Vinitaly a Shanghai, la nascita di Veronafiere do Brasil (partita dall'acquisizione del 60% di M&M a fine 2012) e le tappe di Vinitaly International.

Manifestazioni italiane internazionali 2014 per regione

Regioni	Numero manifestazioni	% sul totale
Campania	13	6,6
Emilia Romagna	47	24,0
Friuli Venezia Giulia	3	1,5
Lazio	8	4,1
Liguria	1	0,5
Lombardia	54	27,6
Marche	0	0,0
Piemonte	10	5,1
Trentino Alto Adige	11	5,6
Puglia	2	1,0
Sardegna	1	0,5
Sicilia	1	0,5
Toscana	18	9,2
Veneto	27	13,8
Totale	196	100,0

Fonte: dati di settore, Coordinamento Interregionale fiere - Calendario 2014, aggiornato al 14 aprile 2014

Manifestazioni italiane internazionali 2014 per settori principali



Fonte: xx

Il focus è sulla consulenza alle imprese

“Le fiere sono sempre meno spazi fisici in cui esporre e sempre più partner e consulenti per il proprio business”. È la convinzione di **Ettore Riello**, presidente di Aefi, che analizza l'evoluzione registrata negli ultimi anni dai poli espositivi italiani.

Partendo dalla congiuntura, come va il settore delle fiere in Italia?

Anche se lo scenario economico risente ancora della crisi, il sistema fieristico italiano ha tenuto, contribuendo a sostenere le aziende. Le imprese italiane continuano a nutrire fiducia nello strumento fiera, anche se devono essere necessariamente più selettive nella scelta degli eventi da presidiare. Le manifestazioni italiane conservano una forte attrattiva per i buyer italiani ed esteri, registrando un notevole afflusso di visitatori ed espositori da tutto il mondo.

In che modo questi anni di crisi dell'economia hanno modificato il mercato?

Il settore non è rimasto immune dalla sofferenza, ma le fiere fanno parte delle attività promozionali alle quali le aziende tendono a rinunciare solo in ultimo. Inoltre, laddove le fiere hanno saputo evolvere per sviluppare nuovi strumenti al servizio dei clienti, i risultati sono stati riconosciuti dalle aziende. Le fiere sono sempre meno spazi fisici in cui esporre e sempre più partner e consulenti per il proprio business; devono essere in grado di analizzare

i mercati per rispondere ai mutamenti con nuovi prodotti e servizi aggiuntivi, per assistere le vendite all'estero e supportare concretamente il presidio di piazze internazionali strategiche.

Oggi quali sono le priorità dei principali poli fieristici?

L'internazionalizzazione su tutti gli altri. Per supportarle in questa direzione, Aefi ha sottoscritto un accordo con Ice, in virtù del quale i nostri associati possono beneficiare di servizi agevolati da parte dell'agenzia per l'organizzazione delle loro iniziative all'estero, nonché conferire a Ice incarichi di rappresentanza su uno o più mercati esteri, per incrementare l'incoming di espositori esteri alle fiere italiane e stringere relazioni con interlocutori stranieri strategici per il proprio business. Questo accordo, per tutti gli associati, qualsiasi sia la loro vocazione e dimensione, apre un ingresso diretto e immediato sui mercati esteri e mette a disposizione un networking e una professionalità di alto livello. Conoscere i mercati, accedere ad analisi dei trend aggiornati e affidabili, impostare relazioni con gli interlocutori giusti comprendendone le necessità e le richieste. Questo è il lavoro che le fiere sono chiamate a fare. Se sfruttato al massimo questo accordo ha un potenziale straordinario.



Ettore Riello

Spesso i protagonisti del settore sono stati accusati di egoismo, soprattutto sul fronte dei calendari, che presentano numerose

sovrapposizioni. Vede progressi in questa direzione?

Fare sistema è l'unica chiave per valorizzare l'intero comparto. Da anni sostengo la necessità di una strategia unica e di una regia centrale supportata dalle istituzioni. Serve maggiore compattezza associativa, un vero gioco di squadra in cui tutti seguano le stesse logiche e lavorino per gli interessi comuni. L'attenzione dimostrata dal ministero dello Sviluppo Economico con la seconda convocazione del tavolo di lavoro per il coordinamento del sistema fieristico nazionale è un segnale importante. Continuiamo a lavorare affinché il dibattito avviato in quella sede possa proseguire, trasformandosi in un progetto concreto a beneficio di tutti per la creazione di una piattaforma unitaria di promozione del made in Italy come risorsa strategica per contrastare il rallentamento dei mercati.

Avete in mente qualche iniziativa specifica in vista dell'Expo?

Anche su questo fronte collaboriamo con l'Ice. Insieme abbiamo elaborato Road to Expo 2015, un programma di attività in Italia e all'estero - promosse dal ministero dello Sviluppo Economico - per sostenere l'eccellenza italiana nel settore alimentare favorendo l'incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati alle manifestazioni fieristiche che si svolgeranno in Italia nel 2014 al fine di massimizzare l'impatto sull'industria italiana di Expo. Il progetto prevede un primo step di supporto all'incoming di operatori esteri in Italia alle 20 manifestazioni che hanno aderito al programma. Durante il periodo di permanenza della delegazione, le fiere coinvolte potranno anche organizzare visite alle realtà produttive più rappresentative del territorio, per far conoscere l'instimabile patrimonio di saperi e competenze e raccontare il legame tra gli imprenditori italiani del settore food e le loro terre.

LE FIERE ITALIANE SI DANNO UN FORMAT

Sulla rotta dell'Expo

Caccia agli operatori esteri per tutto il 2014 presso le fiere aderenti e vetrina dell'agroalimentare italiano. Con un'unica immagine e un solo format, nelle principali manifestazioni internazionali; a partire dal **Fancy Food** di New York, in programma dal 29 giugno a 1° luglio, che farà da apripista. **Mise**, **Ice** e **Aefi** mettono l'agroalimentare italiano sulla strada verso Expo. Con «Road to Expo 2015», raccogliendo una proposta dell'associazione esposizione e fiere italiane, il ministero dello sviluppo economico e l'Istituto per il commercio estero organizzano una serie di attività volte a valorizzare le produzioni di eccellenza in Italia e all'estero in modo unitario, con un'unica immagine immediatamente riconoscibile dal grande pubblico. Grazie al **Mise** sarà possibile reperire le risorse per lo sviluppo del programma, mentre l'**Ice** favorirà i contatti con l'estero. Due i momenti del «Road to expo 2015». Il primo, già partito, si svolgerà durante tutto il 2014 e coinvolgerà 20 manifestazioni fieristiche della filiera che, con iniziative di incoming, ospiteranno operatori esteri provenienti dai paesi di maggiore interesse dei mercati di riferimento, mostrandogli anche le realtà produttive. Il secondo momento, che partirà dagli Usa, vedrà la partecipazione dell'agroalimentare italiano come protagonista in alcune fiere estere di rilievo tra cui Germania, Francia, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa.

PER TUTTO IL 2014 LE FIERE che hanno aderito al progetto sono: **Sigep** - Rimini (18-22 gennaio), **Fieragricola**, Verona (6-9 febbraio), **Cucinare** - Pordenone - (21-24 marzo), **Vinitaly**, **Sol** e **Enolitech** - Verona - (6-9 aprile), **Mostra Internazionale dell'Artigianato** - Firenze - (24 aprile - 1 maggio), **Agrinatura** - Erba (25-27 aprile), **Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna** - Cagliari (25 aprile - 5 maggio), **Fiera Internazionale dell'Agricoltura** - Foggia (30 aprile - 4 maggio), **Cibus** - Parma (5-8 maggio), **Gelato World Tour** - Rimini (5-7 settembre), **Sana** - Bologna (6-9 settembre), **Macfruit** - Cesena (24-26 settembre), **Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura** - Cremona (22-25 ottobre), **Cibus tec/food Pack** - Parma, (28-31 ottobre), **Ecomondo** - Rimini (5-8 novembre), **Key Energy** - Rimini (5-8 novembre), **Eima** - Bologna 12-16 novembre, **Mig** - Longarone (30 novembre-3 dicembre).

Giusy Pascucci





2 aprile 2014

AEFI-Road to Expo 2015, la strada verso Expo passa dall'incoming

Il progetto supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione dell'agroalimentare italiano.

AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane , plaude all'avvio dell'iniziativa di **MISE e ICE/Agenzia Road to Expo 2015** , nata su proposta della stessa AEFI.

Road to Expo 2015 supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione e valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, che ne legittima e sottolinea la leadership e l'unicità sull'importante palcoscenico internazionale dell'Esposizione Universale.

Nell'ambito di tale progetto, AEFI e ICE/Agenzia hanno elaborato e realizzato un ambizioso programma di attività, in Italia e all'estero, che porterà il sistema alimentare Italia nelle principali manifestazioni fieristiche mondiali del settore che si svolgeranno nel 2014, con un'unica immagine e un solo format per essere immediatamente riconoscibili dal grande pubblico.

Il progetto mira a promuovere l'eccellenza italiana nel contesto di Expo 2015, dedicato al tema **Nutrire il Pianeta. Energia per la vita** , e a favorire l'incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati anche in occasione degli eventi collaterali in programma sul territorio nazionale. Il primo step dell'articolato piano di attività prevede importanti iniziative di incoming di operatori esteri in Italia nelle manifestazioni dedicate al comparto che aderiscono al programma.

Il progetto Road to Expo coinvolgerà durante tutto l'anno **20 manifestazioni fieristiche italiane** della filiera agro-alimentare, di qualsiasi dimensione, che potranno ospitare operatori esteri provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business. Durante il periodo di permanenza della delegazione, le fiere coinvolte nell'iniziativa potranno inoltre organizzare visite alle realtà produttive più rappresentative del territorio, per far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze e raccontare il legame straordinario che lega gli imprenditori italiani del settore alle loro terre.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano e delle sue eccellenze proseguirà poi sull'estero dove toccherà alcuni mercati-obiettivo come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, coinvolgendo i visitatori delle diverse manifestazioni con attività didattiche e degustazioni, distribuzione di materiale promozionale e attività di relationship building per ampliare il network di contatti qualificati a beneficio di tutto il 'sistema Italia'.

Per dare voce all'intera filiera agroalimentare italiana, la cui chiave del successo è la ricerca costante della qualità, in tutte le fasi del ciclo produttivo, il calendario delle attività prevede la promozione del "sistema alimentare Italia" non solo all'interno di manifestazioni dedicate ai prodotti food&wine finiti di alta qualità, ma anche all'interno di quelle dedicate alla filiera produttiva e alle sue eccellenze in campo tecnologico.



Cerca...



Italiano

[HOME](#) [LISTO](#) [LOSTAFF](#) [CONTATTI](#)
[ASSICURAZIONI](#) [BANCHE](#) [BRASILE BATTE ITALIA](#) [COMMERCIO & MERCATI](#) [EDITORIA](#) [ENERGIA](#) [FINANZA](#) [FORMAZIONE](#) [HI TECH & TLC](#) [INDUSTRIA](#)
[LAVORO](#) [LEISURE](#) [MERGER & ACQUISITION](#) [MONDO CARTA](#) [PEOPLE](#) [RICERCHE](#) [SAVE THE DATE](#) [SERVIZI](#) [SHOWBIZ](#) [SOCIETÀ](#) [SOSTENIBILITÀ](#)

01 aprile 2014 07:07

in servizi

by admin

0

Aefi parte con il Road to Expo 2015 Venti fiere per sostenere il settore agroalimentare

Nell'ambito di **Road to Expo 2015**, Aefi e Ice/Agenzia hanno elaborato e realizzato un programma di attività, in Italia e all'estero, che porterà il "sistema alimentare Italia" nelle principali manifestazioni fieristiche mondiali del settore che si svolgeranno nel corso dell'anno, con un'unica immagine e un solo format per essere immediatamente riconoscibili dal grande pubblico. Il progetto mira a promuovere l'eccellenza italiana nel contesto di Expo 2015, dedicato al tema **Nutrire il Pianeta. Energia per la vita**, e a favorire l'incoming di



stampa, buyer e altri operatori specializzati anche in occasione degli eventi collaterali in programma sul territorio nazionale. Il primo step dell'articolato piano di attività prevede iniziative di incoming di operatori esteri in Italia nelle manifestazioni dedicate al comparto che aderiscono al programma. Il progetto Road to Expo coinvolgerà durante tutto l'anno 20 manifestazioni fieristiche italiane della filiera agro-alimentare, di qualsiasi dimensione, che potranno ospitare operatori esteri provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business. Durante il periodo di permanenza della delegazione, le fiere coinvolte nell'iniziativa potranno inoltre organizzare visite alle realtà produttive più rappresentative del territorio, per far conoscere l'instimabile patrimonio di saperi e competenze e raccontare il legame straordinario che lega gli imprenditori italiani del settore alle loro terre.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano e delle sue eccellenze proseguirà poi sull'estero dove toccherà alcuni mercati-obiettivo come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, coinvolgendo i visitatori delle diverse manifestazioni con attività didattiche e degustazioni, distribuzione di materiale promozionale e attività di relationship building per ampliare il network di contatti qualificati a beneficio di tutto il "sistema Italia". Per dare voce all'intera filiera agroalimentare italiana, la cui chiave del successo è la ricerca costante della qualità, in tutte le fasi del ciclo produttivo, il calendario delle attività prevede la promozione del "sistema alimentare Italia" non solo all'interno di manifestazioni dedicate ai prodotti food&wine finiti di alta qualità, ma anche all'interno di quelle dedicate alla filiera produttiva e alle sue eccellenze in campo tecnologico.

Fiere italiane che hanno aderito al progetto

- Sigeo – Rimini, 18-22 gennaio 2014

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Email *

Iscriviti

DIACRON

International Tax, Finance & Accounting

PIÙ

VENO HERBSTE OUB
 PROVENIRE?
 NELLA TUA MAIL?



clicca qui per avere
 maggiori informazioni

BUONGIORNO
BRASILE
 SPORT CULTURA ATTUALITÀ BUSINESS E NON SOLO



it ITALIA
 dei TALENTI
 ...quando la Passione
 diventa Mestiere
 seguici su facebook

- **Cucinare** – Pordenone Fiere – Pordenone, 21-24 marzo 2014
- **Fieragricola**, Verona, 6-9 febbraio 2014
- **Vinitaly** – VeronaFiere – Verona , 6-9 aprile 2014
- **Sol&Agrifood** – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- **Enolitech** – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- **Mostra Internazionale dell'Artigianato** – Firenze Fiera – Firenze, 24 aprile – 1 maggio 2014
- **Agrinatura** – Lariofiere – Erba, 25-27 aprile 2014
- **Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna** – Fiera Intern. della Sardegna – Cagliari, 25 aprile – 5 maggio 2014
- **Fiera Internazionale dell'Agricoltura** – Foggia, 30 aprile – 4 maggio 2014
- **Gelato World Tour** – Rimini Fiera – Rimini, 5-7 settembre 2014
- **Cibus – Fiere di Parma – Parma, 5-8 maggio 2014**
- **Sana** – Bolognafiere – Bologna, 6-9 settembre 2014
- **Macfruit** – Cesena Fiera – Cesena,, 24-26 settembre 2014
- **Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura** – CremonaFiere – Cremona, 22-25 ottobre 2014
- **Cibus tec/Food Pack** – Fiere di Parma – Parma, 28-31 ottobre 2014
- **Ecomondo** – Rimini Fiera – Rimini, 5-8 novembre 2014
- **Key Energy** – Rimini Fiera – Rimini, 5-8 novembre 2014
- **Eima** – Bolognafiere – Bologna, 12-16 novembre 2014
- **Mig** – Longarone Fiere – Longarone, 30 novembre-3 dicembre 2014

L'Associazione Esposizioni e Fiere Italiane - www.aefi.it - nasce nel 1983 con l'obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. Sul piano internazionale, Aefi rappresenta le fiere italiane in **UFI-Union des Foires Internationales**. 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 si svolgono il 97% delle manifestazioni fieristiche internazionali e l'85% totale delle manifestazioni fieristiche che si svolgono annualmente in Italia.



Tweet Mi piace 2

POTRESTI ESSERE INTERESSATO ANCHE A...:

→ **Assogistica contro il contributo dello 0,4 per 1.000 voluto dall'Authority dei trasporti**

"Siamo di fronte a un ennesimo sdoppiamento dei decisori, che da una parte asseriscono il principio del risparmio e dell'efficienza a favore d ...

→ **Parte da Genova il roadshow Invesco da fare invidia agli U2**

Parte domani da Genova Invesco Incontra: IDEE, la nuova asset class il roadshow di Invesco



BOG



Dico la mia *di*
Domenico Megali
Italia in (s) vendita. Ma a chi?



Week-end & Co.
Investiamo nel vostro futuro:
il Salento tra sacro e profano



Elezioni Europee 2014
L'Europa contro il Fumo
Approvata la nuova direttiva
sulle sigarette



Un metalmeccanico in rete *di*
Carlo Magnaghi
Generazione decrescente a
Oleggio



Ciak, si viaggia! *di*
Paolo Cagnotto
Dolby Theatre: emozioni da
Oscar. Un cine viaggio alla
Mecca del cinema



Siamo in pochi a leggerli
Le mucche non mangiano
cemento

ARTICOLI

COMMENTI



Arriva ora il vero low cost:
eDreams
propone 5 itinerari di
viaggio nelle città europee



Bcc. Busto Garolfo continua
a sostenere il territorio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

1 aprile 2014

AEFI: “Road to Expo 2015 supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista”

AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, plaude all’avvio dell’iniziativa di MISE e ICE/Agenzia “Road to Expo 2015”, nata su proposta della stessa AEFI. “Road to Expo2015” supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione e valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano,

che ne legittima e sottolinea la leadership e l’unicità sull’importante palcoscenico internazionale dell’Esposizione Universale. Nell’ambito di tale progetto, AEFI e ICE/Agenzia hanno elaborato e realizzato un ambizioso programma di attività, in Italia e all’estero, che porterà il “sistema alimentare Italia” nelle principali manifestazioni fieristiche mondiali del settore che si svolgeranno nel 2014, con un’unica immagine e un solo format per essere immediatamente riconoscibili dal grande pubblico.

Il progetto mira a promuovere l’eccellenza italiana nel contesto di Expo 2015, dedicato al tema “Nutrire il Pianeta. Energia per la vita”, e a favorire l’incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati anche in occasione degli eventi collaterali in programma sul territorio nazionale.

Il primo step dell’articolato piano di attività prevede importanti iniziative di incoming di operatori esteri in Italia nelle manifestazioni dedicate al comparto che aderiscono al programma. Il progetto Road to Expo coinvolgerà durante tutto l’anno 20 manifestazioni fieristiche italiane della filiera agro-alimentare, di qualsiasi dimensione, che potranno ospitare operatori esteri provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business.

Durante il periodo di permanenza della delegazione, le fiere coinvolte nell’iniziativa potranno inoltre organizzare visite alle realtà produttive più rappresentative del territorio, per far conoscere l’instimabile patrimonio di saperi e competenze e raccontare il legame straordinario che lega gli imprenditori italiani del settore alle loro terre.

Il viaggio dell’agroalimentare italiano e delle sue eccellenze proseguirà poi sull’estero dove toccherà alcuni mercati-obiettivo come Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa, coinvolgendo i visitatori delle diverse manifestazioni con attività didattiche e degustazioni, distribuzione di materiale promozionale e attività di relationship building per ampliare il network di contatti qualificati a beneficio di tutto il “sistema Italia”.

Per dare voce all’intera filiera agroalimentare italiana, la cui chiave del successo è la ricerca costante della qualità, in tutte le fasi del ciclo produttivo, il calendario delle attività prevede la promozione del “sistema alimentare Italia” non solo all’interno di manifestazioni dedicate ai prodotti food&wine finiti di alta qualità, ma anche all’interno di quelle dedicate alla filiera produttiva e alle sue eccellenze in campo tecnologico.

31 marzo 2014

"Road to Expo 2015" a supporto del sistema fieristico sul palcoscenico internazionale dell'Esposizione Universale

AEFI e ICE/Agenzia hanno elaborato un ambizioso programma di attività, in Italia e all'estero

Il progetto mira a promuovere l'eccellenza italiana del sistema industriale agroalimentare, nel contesto di Expo 2015, dedicato al tema "Nutrire il Pianeta. Energia per la vita", e a favorire l'incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati anche in occasione degli eventi collaterali in programma sul territorio nazionale. Da Vinitaly a Cibus, da Gelato World Tour a Sana



Milano, 31 marzo 2014 - AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, plaude all'avvio dell'iniziativa di MISE e ICE/Agenzia "Road to Expo 2015", nata su proposta della stessa AEFI.

"Road to Expo 2015" supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione e **valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, che ne legittima e sottolinea la leadership e l'unicità** sull'importante palcoscenico internazionale dell'Esposizione Universale.

Nell'ambito di tale progetto, AEFI e ICE/Agenzia hanno elaborato e realizzato un ambizioso programma di attività, in Italia e all'estero, che **porterà il "sistema alimentare Italia" nelle principali manifestazioni fieristiche mondiali del settore che si svolgeranno nel 2014**, con un'unica immagine e un solo format per essere immediatamente riconoscibili dal grande pubblico.

Il progetto mira a promuovere l'eccellenza italiana nel contesto di Expo 2015, dedicato al tema "Nutrire il Pianeta. Energia per la vita", e a favorire l'incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati anche in occasione degli eventi collaterali in programma sul territorio nazionale.

Il primo step dell'articolato piano di attività prevede importanti **iniziative di incoming di operatori esteri** in Italia nelle manifestazioni dedicate al comparto che aderiscono al programma. Il progetto Road to Expo coinvolgerà durante tutto l'anno 20 manifestazioni fieristiche italiane della filiera agro-alimentare, di qualsiasi dimensione, che potranno ospitare **operatori esteri** provenienti dai Paesi di maggiore interesse per il loro business.

Durante il periodo di permanenza della delegazione, le fiere coinvolte nell'iniziativa potranno inoltre organizzare visite alle realtà produttive più rappresentative del territorio, per far conoscere l'inestimabile patrimonio di saperi e competenze e raccontare il legame straordinario che lega gli imprenditori italiani del settore alle loro terre.

Il viaggio dell'agroalimentare italiano e delle sue eccellenze proseguirà poi sull'estero dove toccherà alcuni mercati-obiettivo come **Germania, Francia, USA, Giappone, Russia, Cina, Emirati Arabi e Nord Africa**,

coinvolgendo i visitatori delle diverse manifestazioni con attività didattiche e degustazioni, distribuzione di materiale promozionale e attività di relationship building per ampliare il network di contatti qualificati a beneficio di tutto il “sistema Italia”.

Per dare voce all’intera filiera agroalimentare italiana, la cui chiave del successo è la ricerca costante della qualità, in tutte le fasi del ciclo produttivo, il calendario delle attività prevede la promozione del “sistema alimentare Italia” non solo all’interno di manifestazioni dedicate ai prodotti *food&wine* finiti di alta qualità, ma anche all’interno di quelle dedicate alla filiera produttiva e alle sue eccellenze in campo tecnologico.

Fiere italiane che hanno aderito al progetto

- Sigep – Rimini, 18-22 gennaio 2014
- Fieragricola, Verona, 6-9 febbraio 2014
- Cucinare – Pordenone Fiere – Pordenone, 21-24 marzo 2014
- Vinitaly – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Sol&Agrifood - VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Enolitech – VeronaFiere – Verona, 6-9 aprile 2014
- Mostra Internazionale dell’Artigianato – Firenze Fiera – Firenze, 24 aprile – 1 maggio 2014
- Agrinatura – Lariofiere – Erba, 25-27 aprile 2014
- Fiera Campionaria Internazionale della Sardegna – Fiera Intern. della Sardegna – Cagliari, 25 aprile – 5 maggio 2014
- Fiera Internazionale dell’Agricoltura – Foggia, 30 aprile – 4 maggio 2014
- Cibus – Fiere di Parma - Parma, 5-8 maggio 2014
- Gelato World Tour – Rimini Fiera – Rimini, 5-7 settembre 2014
- Sana – Bolognafiere - Bologna, 6-9 settembre 2014
- Macfruit – Cesena Fiera – Cesena,, 24-26 settembre 2014
- Fiera del Bovino da latte, zootecnia e agricoltura – CremonaFiere - Cremona, 22-25 ottobre 2014
- Cibus tec/Food Pack – Fiere di Parma - Parma, 28-31 ottobre 2014
- Ecomondo – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Key Energy – Rimini Fiera - Rimini, 5-8 novembre 2014
- Eima – Bolognafiere – Bologna, 12-16 novembre 2014
- Mig – Longarone Fiere - Longarone, 30 novembre-3 dicembre 2014

AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane nasce nel 1983 con l’obiettivo di generare sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani. In particolare 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 e promozione e della ricerca, oltre all’erogazione di servizi per le fiere attraverso l’attività delle proprie Commissioni: Tecnica di Quartiere, Amministrative-Giuridica, Fiere in Rete, Informatica e Innovazione Tecnologica e Nuove Iniziative e Programmi. Sul piano internazionale, AEFI rappresenta le fiere italiane in UFI-Union des Foires Internationales. 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 97% delle manifestazioni fieristiche internazionali e l’85% totale delle manifestazioni fieristiche che si svolgono annualmente in Italia.

31 marzo 2014

Expo 2015: Mise e Ice promuoveranno sistema agroalimentare italiano

MILANO (MF-DJ)--Aefi-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, plaude all'avvio dell'iniziativa di Mise e Ice/Agenzia 'Road to Expo 2015', nata su proposta della stessa Aefi.

'Road to Expo 2015', spiega una nota, supporta concretamente il sistema fieristico nel suo ruolo da protagonista nella promozione e valorizzazione del sistema industriale agroalimentare italiano, che ne legittima e sottolinea la leadership e l'unicita' sull'importante palcoscenico internazionale dell'Esposizione Universale.

Nell'ambito di tale progetto, Aefi e Ice/Agenzia hanno elaborato e realizzato un ambizioso programma di attivita', in Italia e all'estero, che portera' il sistema alimentare Italia nelle principali manifestazioni fieristiche mondiali del settore che si svolgeranno nel 2014, con un'unica immagine e un solo format per essere immediatamente riconoscibili dal grande pubblico.

Il progetto mira a promuovere l'eccellenza italiana nel contesto di Expo 2015, dedicato al tema 'Nutrire il Pianeta. Energia per la vita', e a favorire l'incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati anche in occasione degli eventi collaterali in programma sul territorio nazionale.

com/ofb

(fine)

MF-DJ NEWS

FIERE ITALIANE PASSAPORTO PER IL MONDO



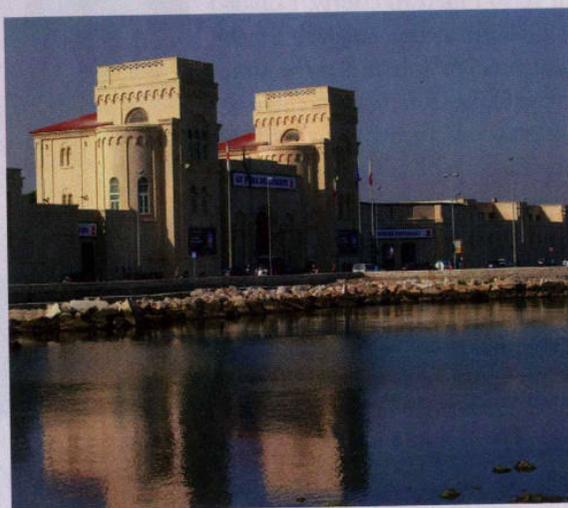
Nonostante la situazione economica complessa, le imprese italiane continuano a dare fiducia al settore fieristico: lo confermano i dati che evidenziano ogni anno un giro d'affari di 60 miliardi di euro. Nel 2013 si sono svolti 1.027 eventi - di cui 196 internazionali - che hanno schierato oltre 200mila espositori e ospitato 22 milioni di visitatori. Risultati confortati anche dall'Osservatorio Aefi del II trimestre 2013 che riporta un saldo positivo, sia nel numero delle manifestazioni, +25,1% rispetto al precedente anno, sia in quello degli espositori, con un +8,7%. Tre imprese su quattro vedono la fiera come uno strumento fondamentale per il proprio sviluppo, con il 50% delle esportazioni che nasce proprio da contatti originati in fiera¹¹¹. In un settore così strategico, l'Associazione delle esposizioni e fiere internazionali (Aefi) gioca un ruolo fondamentale, poiché complessivamente i suoi associati ospitano l'85% degli eventi e il 97% delle manifestazioni internazionali.

Da oltre trent'anni Aefi promuove e supporta, sia in Italia che all'estero, il settore attraverso la creazione di sinergie tra i più importanti quartieri fieristici italiani, l'assistenza agli associati e lo sviluppo di progetti di espansione e promozione dei settori rappresentati. Ad oggi, Aefi riunisce 35 quartieri fieristici, dove si tengono le manifestazioni che interessano i principali macrosettori trainanti dell'economia nazionale: meccanico (macchinari-elettronica-automotive-nautica), agro-industriale (agricoltura-alimenti-bevande), moda (abbigliamento-tessile-pelletteria), vivere-abitare-costruire, salute-benessere-tempo libero, arte, oreficeria.

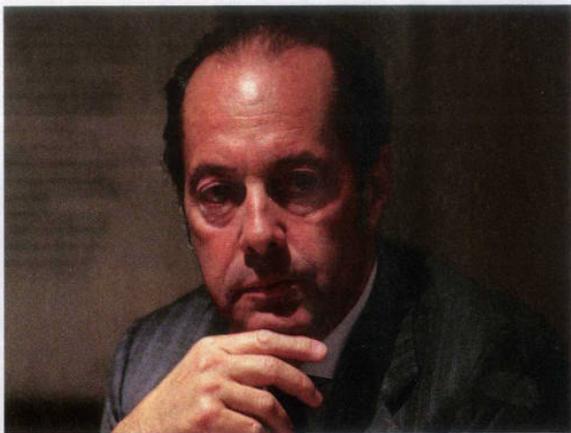
Il costante impegno di Aefi è volto a mantenere alta l'attenzione sulle fiere, poiché esse rappresentano una reale

piattaforma competitiva e trampolino di lancio per l'internazionalizzazione dell'impresa italiana, soprattutto per le piccole medie imprese, alla ricerca di mercati esteri e di nuove opportunità di crescita e sviluppo. In questa direzione è sempre più necessario unire gli sforzi e le risorse per creare un "sistema" che, forte di una struttura consolidata, permetta di attuare proposte concrete a favore delle fiere, aprendo così nuovi fronti internazionali alle aziende italiane.

Al fine di aumentare il supporto per l'attività quotidiana, Aefi ha sottoscritto un accordo con l'ICE per l'erogazione di servizi agevolati per la promozione e l'internazionalizzazione.



¹¹¹ Dati Osservatorio Aefi



Ettore Riello, Presidente AEFI

In questo quadro s'inserisce il progetto di certificazione di qualità per il quale Aefi, consapevole dell'importanza della valorizzazione dell'offerta fieristica italiana, si è adoperata insieme a CFI-Comitato Fiere Industria, CFT-Comitato Fiere Terziario, la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome e Unioncamere. Il Ministero dello Sviluppo Economico ha infatti rifinanziato il progetto per la certificazione dei dati fieristici secondo i criteri internazionalmente accolti. Per le fiere certificate, è previsto un supporto ai costi di certificazione nella fase di avvio e successivamente attività di comunicazione e di incoming.

"Il progetto di certificazione è un passo importante per la costruzione di una vera piattaforma di crescita al servizio delle imprese italiane e per dare una sempre maggiore credibilità alle nostre manifestazioni e al Sistema Italia, nell'ottica dell'articolato piano di rilancio del sistema fieristico italiano. Aprirci ai mercati esteri rappresenta un vantaggio competitivo e le fiere ricoprono un ruolo di primo piano nello sviluppo dell'export e nella promozione del "Made in Italy." - spiega Ettore Riello, Presidente di Aefi.

Al fine di rafforzare ulteriormente il legame tra imprese e settore fieristico, Aefi ha sottoposto all'attenzione del Ministero dello Sviluppo Economico due proposte volte ad amplificare il beneficio dell'internazionalizzazione.

La prima proposta, di intervento diretto sulle imprese, riguarda la defiscalizzazione degli investimenti per la partecipazione in Italia alle fiere internazionali e all'estero per quelle italiane, sul modello di quanto già previsto in passato dal D.L. 269/2003, che nell'art. 1 includeva la detassazione per le "spese sostenute per la partecipazione espositiva di prodotti in fiere all'estero" tra le disposizioni urgenti a favore dello sviluppo economico del Paese. Il ripristino di tale norma permetterebbe alle imprese di accedere più agevolmente allo strumento fiera per consolidare la propria visibilità e presenza sui mercati esteri, accrescendo il vantaggio competitivo per le imprese domestiche e per tutto il Paese. Le fiere dedicate al meglio del Made in Italy continuano infatti ad attirare numerosi visitatori, soprattutto stranieri: dalla moda alle eccellenze enogastronomiche,

dal tessile alla conceria delle pelli, dall'agroalimentare alla manifattura, dall'arredo alla meccanica.

Parallelamente, per sostenere lo sviluppo e il processo di internazionalizzazione del sistema fieristico, è stata presentata una proposta di incentivo diretto, attuabile con la defiscalizzazione di una parte degli investimenti sostenuti dalle fiere all'estero per valorizzare la produzione italiana. Nella prospettiva di lungo termine su cui si orienta Aefi e in vista della crescente attenzione sull'Italia con Expo 2015, questo duplice disegno produrrebbe un effetto virtuoso sia per le fiere italiane, che avrebbero maggiori risorse da destinare al consolidamento delle proprie attività internazionali, sia per le imprese, che potrebbero contare su piattaforme di promozione worldwide sempre più efficienti.

Le misure e le iniziative elaborate dall'Associazione, dalle richieste di defiscalizzazione degli investimenti, alle sinergie instaurate con organismi ed enti chiave nel panorama della promozione e dello sviluppo economico del sistema Italia, confluiscono nel più ampio scenario di Expo 2015 e in particolare del progetto "Road to Expo 2015", già in essere a partire da quest'anno. L'ambizioso programma di attività in Italia e all'estero, elaborato da Aefi in collaborazione con ICE e promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico, mira a promuovere l'eccellenza italiana nel settore alimentare favorendo l'incoming di stampa, buyer e altri operatori specializzati alle manifestazioni fieristiche che si svolgeranno in Italia nel 2014 al fine di massimizzare l'impatto sull'industria italiana di EXPO.

