

FIERE E TURISMO, DUE ASSET COMPLEMENTARI E STRATEGICI PER IL MADE IN ITALY ANCHE AEFI TRA I PROTAGONISTI DEGLI STATI GENERALI DEL TURISMO

Due settori cruciali che occupano rispettivamente il quarto e il quinto posto nello scenario mondiale. Sono le fiere e il turismo, espressioni dell'economia italiana che funziona e che sa posizionarsi a livello internazionale. Una liaison strategica per la promozione del made in Italy, che Aefi ha voluto ribadire sostenendo gli Stati generali del Turismo che si sono svolti a Chianciano Terme il 28 e 29 ottobre.

Al centro della 1[^] conferenza programmatica nazionale promossa e organizzata dal ministero del Turismo, la visione del comparto finalizzata alla realizzazione del Piano strategico 2023-2027.

Alla base della sponsorship di Aefi che ci ha visto protagonisti al tavolo "Mice e fiere" della seconda giornata di lavori, la consapevolezza del circolo virtuoso generato dalla connessione dei due distretti industriali. Se da una parte è palese l'appeal del Belpaese, dall'altra è innegabile che il calendario fieristico da Nord a Sud unitamente all'attività di incoming di espositori e visitatori professionali, fungano da attrattore sui territori. In sintesi, la funzione trainante delle fiere sul turismo del business può realizzare e incrementare un turismo di qualità oltre gli orari e gli spazi delle manifestazioni nei quartieri fieristici. Uno scenario confermato anche dallo studio Aefi-Prometeia realizzato per la 7º giornata mondiale delle fiere (1º giugno 2022), in cui emerge che l'industria fieristica è un moltiplicatore di business e di turismo d'affari alto-spendente, con ricadute sul territorio che raggiungono i 22,5 miliardi di euro l'anno in termini di produzione, e i 10,6 miliardi di euro di valore aggiunto, pari allo 0,7% del Pil.

Nell'intervento nel corso della terza sessione, Aefi ha sottolineato la collaborazione positiva con il Ministero sia lato finanziamenti che per il superamento del *de minimis*: un insieme di strumenti che hanno permesso la ripresa e lo sprint fieristico registrato nel corso di quest'anno.

Sul fronte delle proposte, Aefi ritiene che occorra partire da un dato di fatto. Ossia che l'industria fieristica è un asset asset strategico anche in chiave turistica.

Per questo:

- È necessario in particolare sfruttare i margini di crescita nei settori di punta del Made in Italy e intercettare i settori emergenti e innovativi nei quali si riscontra la crescita delle competenze delle imprese italiane, con un potenziamento dei servizi a favore delle piccole e medie imprese e delle start up. Anche sul fronte della coesione territoriale, un'offerta fieristica razionale e ragionata può qualificarsi come un ottimo strumento per lo sviluppo del Sud Italia.
- In secondo luogo, per aumentare la competitività in un contesto globale, è importante favorire l'integrazione e il coordinamento tra gli stakeholder dell'offerta fieristica, superare la frammentarietà attraverso alleanze strategiche fondate sui prodotti.
- In questo senso è auspicabile una razionalizzazione anche delle attività di comunicazione, con l'inserimento delle manifestazioni fieristiche tra gli elementi di attrattività del nostro Paese. Allo stesso tempo, il Ministero potrebbe supportare il settore fieristico in campagne di comunicazione relative alla promozione di settori produttivi fortemente legati al territorio e a forte vocazione turistica.





- Quarto, è fondamentale sostenere l'innovazione in termini di ammodernamento e digitalizzazione del comparto ma anche in ambito formativo.
- Tra le priorità messe in luce, la transizione ecologica risulta sempre più attuale. All'ordine del giorno, l'ecosostenibilità dei quartieri fieristici e dei processi organizzativi, ma anche con fiere tematiche che contribuiscono a diffondere informazioni e fare cultura sul tema. Economia circolare, sostenibilità degli allestimenti, CAM e Certificazione ISO20021 sono i temi decisivi su cui si sta lavorando in collegamento con l'attività svolta dall'Associazione mondiale delle fiere e in Italia con la partecipazione ai tavoli istituiti dal Ministero dell'Ambiente e della sicurezza (ex transizione ecologica).
- Sul fronte delle relazioni istituzionali, sarebbe interessante stimolare la collaborazione tra settore fieristico e turistico, aprendo il dialogo con le rispettive associazioni di categoria.
- Infine, si intende rafforzare l'attività di misurazione e monitoraggio dei risultati e degli impatti delle manifestazioni, nell'ottica di incoraggiare gli investimenti e conseguire una maggiore credibilità, favorire il miglioramento continuo della qualità, offrire dati e informazioni a supporto dei processi decisionali riguardanti le strategie e gli interventi per lo sviluppo futuro.

Dal punto di vista delle istanze, anche se non di specifica competenza del turismo, si sottolinea l'importanza di lavorare anche:

- per garantire un efficiente assetto infrastrutturale del territorio, che inserisca i quartieri all'interno delle nuove pianificazioni infrastrutturali;
- per rivedere alla luce delle difficoltà del momento storico la legge Madia in ambito di partecipazioni pubbliche, che prevede il divieto di rifinanziamento di società in perdita da parte di enti pubblici;
- per prevedere dei correttivi dell'Imu sugli immobili fieristici attraverso coefficienti che tengano conto dell'effettivo utilizzo degli spazi espositivi;
- per incentivare la partecipazione alle fiere organizzate in Italia attraverso contributi alle spese, a fronte della crisi di liquidità che le imprese italiane stanno attraversando;
- per coordinare le attività fra gli attori istituzionali (Mise, Regioni, Province, Camere di commercio) che interagiscono con il comparto. Le fiere sono infatti uno dei sei pilastri del Patto per l'export (comunicazione, formazione-informazione, e-commerce, sistema fieristico, promozione integrata e finanza agevolata): occorre trovare una modalità per il coinvolgimento di tutti affinché le linee d'indirizzo si traducano in risultati operativi di mercato.