

# Rapporti

## Fiere

L'analisi

# La carica dei mille eventi entro fine anno

## Lombardia, Emilia e Veneto le locomotive

MARCO FROJO, MILANO

Un'indagine qualitativa su 29 poli fieristici italiani associati Aefi registra un rallentamento lieve. Secondo il presidente Laezza servono integrazione e internazionalizzazione

**C**on quasi mille eventi da tenersi entro la fine di dicembre – 947 per la precisione – il settore fieristico italiano conferma la propria vitalità e il ruolo fondamentale che gioca nella promozione del Made in Italy. Ben 224 manifestazioni saranno infatti internazionali e 89 si terranno all'estero per supportare l'export tricolore. Secondo le stime di Aefi-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, gli espositori saranno circa 200mila, mentre i visitatori toccheranno i 20 milioni, per un giro d'affari complessivo concluso durante le fiere di ben 60 miliardi di euro.

**LO SCENARIO**

«Nonostante negli ultimi mesi la congiuntura negativa e l'andamento dell'economia abbiano cominciato a farsi sentire anche sul nostro settore, le aspettative per questo inizio d'anno sono buone, anche se qualche associato mostra maggiore prudenza – spiega Giovanni Laezza, presidente Aefi – In particolare dal nostro osservatorio congiunturale dell'ultimo trimestre 2019 emergono alcuni indicatori in leggera flessione ma andamenti positivi per quanto riguarda i visitatori, in particolare europei. Un dato che conferma l'attrattiva delle nostre manifestazioni. Se poi prendiamo in considerazione le manifestazioni italiane internazionali certificate nel 2019 notiamo che tutti gli indicatori sono positivi, a conferma dell'importanza della certificazione anche per la scelta da parte di espositori e visitatori di quali fiere presidiare».

Dai dati contenuti nella quarantreesima rilevazione trimestrale sulle tendenze del settore fieristico condotta dall'Osservatorio congiunturale di Aefi per il periodo ottobre-dicembre 2019 emerge infatti un quadro in leggera flessione, sia rispetto al trimestre precedente che confrontato con lo stesso periodo del 2018. L'indagine qualitativa, che ha coinvolto 29 poli fieristici italiani associati Aefi, evidenzia un rallentamento complessivo per alcuni indicatori, come ad esempio il numero di manifestazioni, gli espositori e la



1

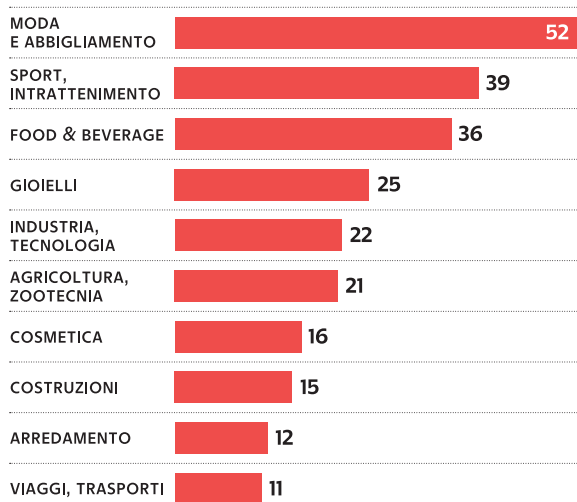
Il personaggio



**Giovanni Laezza**  
presidente Aefi-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane

**I numeri**

**LE MANIFESTAZIONI INTERNAZIONALI IN ITALIA PER SETTORE**



Fonte: Aefi

Nonostante alcuni dati in frenata le aspettative del settore per il nuovo anno sono positive

superficie occupata, mentre su altri fronti il risultato è positivo, come per esempio nel caso dei visitatori, in particolare europei ed italiani, e il fatturato, grazie all'offerta sempre maggiore di servizi alle aziende e alla valorizzazione degli spazi espositivi da parte dei quartieri fieristici associati.

«Internazionalizzazione e aggregazioni saranno anche per quest'anno i driver di crescita – prosegue Laezza – La frammentazione non fa bene. È necessario fare sistema. Le aggregazioni han-

no l'obiettivo di aumentare la competitività del nostro sistema fieristico: unirsi per essere più forti nei confronti dei competitor esteri. E sono molte le opportunità di aggregazione, non solo in termini societari, ma anche sui prodotti/eventi fieristici. Come Aefi lavoriamo per incentivare la collaborazione tra fiere, favorendo il confronto tra associati e, anche in un'ottica di valorizzazione dei territori, la nascita di iniziative comuni a più distretti produttivi».

**LA CLASSIFICA**

Per il 2020 le 224 fiere internazionali previste sono concentrate principalmente nei settori tessile-abbigliamento-moda (15%), sport-hobby-intrattenimento-arte (11%), food-bevande-ospitalità (11%), gioielli-orologi-accessori (7%), industria-tecnologia-meccanica (6%) e agricoltura-silvicoltura-zootecnia (6%).

Valori che rispecchiano appieno i punti di forza dell'industria italiana, così come quelli del settore dei servizi. Lombardia, Emilia Romagna e Veneto si confermano le regioni in cui le rassegne internazionali sono maggiormente localizzate. Complessivamente le previsioni per l'anno appena iniziato sono buone, seppur prudenti.

Il 31,02% dei quartieri che hanno partecipato all'indagine Aefi prevede un aumento del numero di manifestazioni; circa il 34%

224

**MANIFESTAZIONI**  
Nel corso dell'anno ci saranno numerosi eventi internazionali

15

**PER CENTO**  
Il settore tessile abbigliamento moda assorbirà la percentuale più alta degli eventi

una crescita degli espositori e il 45% della superficie occupata. Promettenti anche le previsioni sul fronte del numero dei visitatori: il 38% degli intervistati si attende un aumento, a fronte di un 14% che teme un calo.

«Sul fronte dell'internazionalizzazione come associazione siamo impegnati su più livelli, da un lato supportando gli associati con partnership con mercati strategici ad alto potenziale di crescita e dove ci sia interesse e spazio per far crescere le nostre eccellenze. Va in questa direzione il recente protocollo d'intesa con la Polonia – conclude il presidente di Aefi – Continueremo a contare sul contributo di Ice Agenzia, con cui collaboriamo da anni, per la promozione all'estero delle imprese italiane e per iniziative di incoming di operatori esteri alle manifestazioni che si svolgono nel nostro Paese. Siamo soddisfatti di poter far affidamento, anche per quest'anno, sui contributi dedicati al potenziamento degli eventi fieristici per l'espansione del nostro sistema all'estero, previsti dal piano straordinario per il Made in Italy. Negli ultimi anni è aumentata anche la consapevolezza della necessità di organizzare direttamente gli eventi: il contatto diretto con gli espositori permette di elaborare un progetto di crescita che sia sempre più in linea con le loro esigenze».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SIBILLA DI PALMA, MILANO

Si registra una crescita degli ammodernamenti all'interno dei quartieri dove si svolgono le manifestazioni. A partire dalla digitalizzazione

Gli investimenti

# Padiglioni, meglio se hi-tech

La concorrenza all'interno del mondo fieristico si è fatta sempre più serrata negli ultimi anni, determinando un nuovo scenario in cui il successo degli eventi non è più solo dettato dalla loro grandezza, ma anche da una serie di servizi forniti al visitatore e da strutture sempre più moderne e tecnologicamente all'avanguardia. Portando così a una crescita degli investimenti all'interno dei quartieri dove si svolgono le esposizioni come via fondamentale per crescere e restare competitivi. Ad esempio, sul fronte della digitalizzazione si è fatta strada l'introduzione di servizi innovativi che puntano ad accrescere l'appeal delle manifestazioni rendendole virtualmente fruibili dai visitatori. Con strumenti che spaziano dal wi-fi alla segnaletica digitale (che prevede monitor dove veicolare informazioni sugli eventi e sui brand, messaggi sponsorizzati o spot pubblicitari, informazioni di navigazione e tutorial), dai servizi di e-ticketing a sistemi avanzati di security.

LA DIGITALIZZAZIONE

È il caso di Fiera Milano che ha scelto di accelerare la trasformazione digitale nei propri quartieri fieristici. In quest'ottica il gruppo ha stipulato un accordo con Samsung Sds. «Le prime iniziative, che partiranno nei prossimi mesi, riguardano il quartiere espositivo a Rho - spiega Fabrizio Curci, ad di Fiera Milano - che sarà trasformato con l'introduzione di

schermi Lcd ad alta definizione che gradualmente sostituiranno i pannelli pubblicitari. Andando incontro a una maggiore sostenibilità e anche a una interattività continua con i visitatori comunicando con immagini e video». Tra gli altri progetti, aggiunge l'ad, «stiamo testando una tecnologia bluetooth di ultima generazione basata su un sistema di geolocalizzazione che permetterà di programmare le visite negli stand tramite smartphone». Lo sviluppo del quartiere passa anche attraverso la partnership commerciale con la società Allestimenti Benfenati, con «l'obiettivo di incrementare il business dei servizi, in particolare degli allestimenti personalizzati di alta gamma».

LE INFRASTRUTTURE

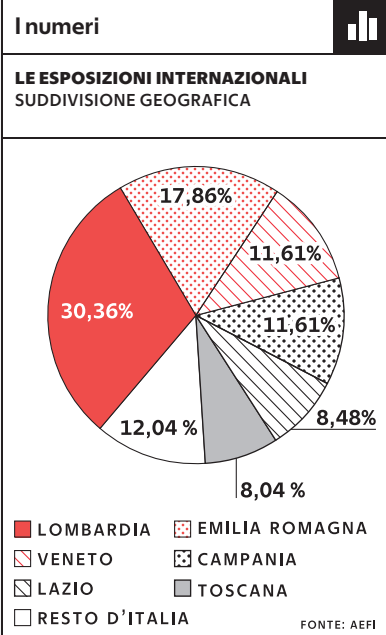
Di pari passo proseguono i progetti a livello infrastrutturale per incrementare la competitività del quartiere fieristico e congressuale portati avanti da Fondazione Fiera Milano. Tra gli interventi previsti nel piano industriale 2020-2022 (con investimenti che ammontano a quasi 150 milioni di euro) spicca il focus sulle tecnologie digitali per aumentare la sicurezza e l'interazione con i clienti. «Un tema sul quale siamo già molto avanti, essendo partiti un anno e mezzo fa con l'introduzione di apparati di sicurezza in stile aeroportuale e di una serie di servizi per alzare ancora di più il livello di comfort» osserva Curci. A questo si aggiungono progetti per incrementa-



re il livello di sostenibilità dei quartieri e diminuire i costi energetici, oltre che rivolti alla semplificazione dell'esperienza di partecipazione fuori e dentro le strutture e al miglioramento della customer journey con l'integrazione di touch point fisici e digitali. Ha scelto di investire sullo sviluppo del proprio quartiere fieristico anche BolognaFiere che ha previsto un piano da 138 milioni di euro. «Si tratta del più importante programma di investimenti mai attuato finora, che dovrebbe concludersi entro il 2024, con cui puntiamo a raggiungere i 300mila mq di superficie espositiva lorda e a rinnovarla per l'80% dal punto di vista tecnologico e infrastrutturale» spiega Gianpiero Calzolari, presidente della società. In questo contesto si inseriscono i lavori di realizzazione del nuovo padiglione 37 in area 48 che avrà una metratura di 15mila metri quadrati e «sarà dotato di una copertura mobile motorizzata che lo renderà utilizzabile sia per le manifestazioni fieristiche sia come parcheggio interno o come location per eventi sportivi e ricreativi». Sempre sulla stessa linea rientra la sottoscrizione di un protocollo di intesa tra BolognaFiere, la città metropolitana di Bologna e il comune di Bologna che prevede la riqualificazione delle zone di accesso Nord-Michelino con la realizzazione di un nuovo padiglione polifunzionale.

PADIGLIONI VERSATILI

L'idea è dunque andare verso un uso più versatile dei padiglioni, «considerato che le nostre strutture non vengono utilizzate in maniera continuativa per il calendario fieristico, quindi vogliamo farne un luogo più aperto alle altre manifestazioni cittadine». Una visione che dovrebbe coinvolgere anche «il nostro palazzo dei congressi, che conta 1800 posti e già ospita la stagione teatrale, al cui esterno intendiamo realizzare un'area da dedicare anche ad altre attività». Parte centrale del progetto di rinnovamento sarà infine occupata dall'innovazione tecnologica, con l'introduzione di diversi servizi. Come il «wireless all'interno dei padiglioni, che saranno tutti cablati, o la possibilità di prenotare i ticket online così da ridurre i tempi di fila», conclude Calzolari.



La tendenza

## Pannelli solari e biglietti per andare in bus anche l'esposizione diventa più sostenibile



Nazario Pedini coordinatore commissione tecnica di AEFI

La sostenibilità è ormai un tema caldo in molti settori, anche per via di consumatori più attenti e consapevoli rispetto al passato, e non fa eccezione quello delle fiere, da tempo impegnate su questo fronte. Come evidenzia un recente report di Aefi (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane) secondo cui sui quartieri fieristici sono stati attuati numerosi interventi a livello di sostenibilità nella progettazione.

Qualche esempio? Si spazia dal maggior utilizzo di energie pulite, pannelli fotovoltaici e caldaie ibride a iniziative basate su politiche carbon e plastic free e sull'utilizzo di carta riciclata, fino alla raccolta differenziata e al consumo consapevole dell'acqua. Una maggior sensibilità verso la salute dell'ambiente che coinvolge anche l'organizzazione dell'attività svolta. Ad esempio, spiega il report, nei contratti di pulizia è spesso inserito l'obbligo di utilizzare prodotti ecolabel. O ancora viene privilegiata la mobilità elettrica sostenibile, con proposte di sharing mobility all'interno delle fiere. «La direzione intrapresa - evidenzia Nazario Pedini, coordinatore della commissione tecnica di Aefi - è inoltre quella di costruire i nuovi padiglioni e di riqualificare quelli esistenti, oltre che di sostituire gli impianti all'interno dei quartieri fieristici in chiave più ecologica». Nei processi di realizzazione degli eventi, aggiunge, «si punta inoltre a ridurre la produzione dei rifiuti, favorendo l'utilizzo di materiali riusabili o riciclabili ed eliminando progressivamente l'impiego di quelli usa e getta, oltre che dei contenitori in plastica a favore di quelli compostabili».

LE BUONE PRATICHE

Tra gli enti molto attivi su questo fronte c'è Fiera Bolzano che ha attuato diverse iniziati-

ve in materia. A cominciare da un impianto fotovoltaico che consente di coprire «due/terzi del nostro fabbisogno energetico complessivo» spiega il direttore Thomas Mur. All'interno di Klimahouse, manifestazione dedicata all'edilizia sostenibile, è stata lanciata inoltre un'iniziativa rivolta a tutti i visitatori «che possono utilizzare i biglietti di ingresso in fiera per viaggiare gratis su tutti i mezzi pubblici dell'Alto Adige. Abbiamo inoltre promosso una politica plastic free in tutta la nostra gastronomia, eliminando le bottigliette di plastica all'interno di ristoranti e bar». Tra le altre iniziative green, sono stati anche aumentati i punti di ricarica per le auto elettriche «e abbiamo introdotto un sistema che punta a monitorare lo spreco dell'acqua».

La sostenibilità è un tema centrale anche per Fiera di Roma: «Siamo i primi in Italia a essersi dotati, grazie a un accordo con Acea, di un sistema per i rifiuti umidi completamente interno» racconta Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale dell'ente. «Quest'ultimo ci permette di trasformarli in fertilizzante pronto per l'uso in 90 giorni, abbattendo allo stesso tempo gli impatti ambientali e di trasporto e riducendo le emissioni di CO2». L'ente è inoltre completamente autosufficiente anche in termini di energia, «grazie all'installazione su tutti i padiglioni di uno dei più grandi parchi di pannelli solari d'Europa». Tra i prossimi obiettivi, conclude Piccinetti, «vorremmo diventare nel giro di un anno completamente plastic e carbon free. In quest'ottica stiamo lavorando a un processo integrato orientato all'eliminazione della plastica nelle nostre manifestazioni e alla riduzione delle emissioni di CO2 anche a livello di trasporti». - s.d.p.

## Modenantiquaria

XXXIV MOSTRA DI ANTIQUARIATO

MODENAFIERE  
8-16 FEBBRAIO

PREVIEW  
venerdì 7 febbraio

lun/mar/mer: 15-20  
gio/ven/sab/dom: 10.30-20

IN CONTEMPORANEA:

**PETRA**  
ANTICO, DECORAZIONE & DESIGN PER PARCHI, GIARDINI E RISTRUTTURAZIONI  
27ª EDIZIONE

**EXCELSIOR**  
PITTURA ITALIANA DELL'OTTOCENTO E DEL NOVECENTO

WWW.MODENANTIQUARIA.IT

organizzazione: +39 059 848380  
info@modenantiquaria.it

col patrocinio di:

sponsor: **BPB**  
Banca

Su concessione del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo. Archivio Fotografico delle Gallerie Estensi - Foto Carlo Vannini

studiodigraffino.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LUIGI DELL'OLIO, MILANO

Da Verona a Parma e poi Rimini e Vicenza: le società allargano i confini e si presentano all'estero. E il nuovo obiettivo è l'Africa

La strategia

# È caccia ai mercati globali

**S**e le aziende sono sempre più spesso chiamate a confrontarsi con i mercati globali, i poli fieristici non possono restare indietro. È partendo da questa considerazione che tanto a livello di sistema, quanto di singoli enti negli ultimi anni si assiste a una crescente propensione ad ampliare gli orizzonti del business.

ACCORDO CON L'ICE

Dal 2013 è attivo un accordo tra l'associazione di settore Aefi e Ice Agenzia che ha permesso di organizzare numerose iniziative dedicate sia a presentare il sistema fieristico italiano e le sue manifestazioni a operatori selezionati e a incoming di delegazioni straniere sia ad attività di rappresentanza finalizzate al reclutamento di espositori esteri ai saloni italiani.

Particolare attenzione è stata riservata ai mercati asiatici come Cina, Corea, Giappone e Iran, a Stati Uniti e Russia e ad alcuni Paesi africani.

«Da tempo chi si occupa di fiere non può più limitarsi a organizzare il momento espositivo, ma è chiamato a seguire le aziende clienti durante l'intero arco dell'anno accompagnandole nelle strategie di crescita» racconta Renzo Piraccini, coordinatore della commissione Internazionalizzazione di Aefi. «Le azioni portate avanti con il cappello dell'associazione sono soprattutto al servizio dei poli di piccole e medie dimensioni, che non hanno la forza



**Maurizio Danese**  
presidente  
Veronafiere

per muoversi in proprio nella costruzione e nel consolidamento dei network internazionali – prosegue – Mentre le realtà più grandi da tempo si muovono in proprio, al pari di quello che avviene in altri campi».

AFRICA NEL MIRINO

Piraccini cita come esempio quanto fatto a novembre in Africa, «con l'obiettivo di aiutare le aziende clienti a crescere in un'area dall'alto potenziale, caratterizzata da un'offerta espositiva molto limitata». Un gruppo di espositori delle manifestazioni delle filiere agro-alimentare e zootecnica ha avuto incontri in Angola ed Etiopia per esplorare le potenzialità di business in quei merca-

ti. Sui criteri di scelta dei Paesi, Piraccini spiega: «L'Angola ha già avviato un processo di diversificazione dell'economia che, insieme a una maggiore apertura ai capitali e agli investitori internazionali, è un buon presupposto per attrarre l'interesse dell'imprenditoria italiana». Quanto all'Etiopia «negli ultimi anni ha registrato importanti tassi di crescita, in particolare nel settore agricolo e dei servizi, oltre alle consistenti prospettive di aumento demografico che attribuiscono al Paese un ruolo chiave nello sviluppo economico e politico dell'Africa sub-sahariana». Per supportare soprattutto le piccole fiere, dal 2016 Aefi ha in essere un accordo con Iela, l'associazione



**Renzo Piraccini**  
(Aefi)

mondiale che raggruppa tutti gli operatori che si occupano di logistica nel mondo fieristico. Così gli associati italiani sono agevolati in tutti gli step del processo logistico, anche in considerazione delle sempre più stringenti misure di sicurezza, e hanno un accesso privilegiato a manifestazioni che si svolgono in Paesi lontani.

STRATEGIE DIVERSIFICATE

Le strategie di internazionalizzazione non sono una novità per Veronafiere, che organizza 24 manifestazioni fuori dai confini nazionali in 14 Paesi, può contare su una rete di 60 delegati esteri, su un ufficio permanente a Shanghai e su tre società operative all'estero. «Nel piano industriale, che prevede 105 milioni di investimenti entro il 2022, il radicamento dell'attività diretta sui mercati più interessanti per l'industria fieristica è uno dei tre pilastri su cui poggia il progetto di sviluppo» sottolinea Maurizio Danese, presidente del gruppo Veronafiere. L'internazionalizzazione è ad ampio spettro: dal sistema Vinitaly alla società Veronafiere do Brasil che organizza anche Wine South America. Mentre il segmento della pietra naturale, design e tecnologie di lavorazione sono al centro di Stonexpo/Marmomac a Las Vegas e Vitória Stone Fair/Marmomac Latin America. Inoltre nel 2017 l'ente scaligero e Fiere di Parma hanno dato vita alla newco Vpe, che l'anno successivo è entrata al 50% nel capitale di «Bellavita Expo», società inglese operante nel trade-show del settore agroalimentare made in Italy nel Regno Unito, Olanda, Polonia, Stati Uniti, Canada, Messico e Thailandia. Parma ha lanciato anche un ponte con la Germania.

In particolare, con la Fiera di Colonia ha dato vita a una joint-venture, denominata Kpe-Koeln Parma Exhibitions, che organizza CibusTec. Una manifestazione, quest'ultima, che insieme ad Anuga FoodTec a Colonia, è tra le rassegne più note al mondo nel settore delle tecnologie per l'industria alimentare. Quello che si è appena aperto è anche l'anno dell'esposizione universale Expo Dubai: Fiere di Parma parteciperà con uno spazio per le eccellenze alimentari italiane, con un'area dedicata alla ristorazione e un business lounge.

Nel 2019 Ieg (Rimini e Vicenza) ha girato tre continenti e 14 Paesi. Tra le altre cose è stata tra gli organizzatori della più grande fiera di tutela ambientale nella Cina occidentale (Cdepe) con la green technology di Ecomondo, oltre alla novità della Shanghai World Travel Fair, una delle principali manifestazioni del turismo cinese.

Dal continente asiatico è poi passata al Sud America con l'organizzazione di Ecomondo Brasil, la più importante piattaforma di soluzioni ambientali dello Stato di San Paolo, cuore pulsante dell'economia brasiliana. Con il sistema Vicenzaoro, arriva a marzo la prima tappa di T-Gold International + Mets a Hong Kong. Infine a novembre la società ha organizzato in partnership con l'Ambasciata d'Italia a Il Cairo, il «Business Forum di Ecomondo» per lo sviluppo sostenibile e le green technology, un fitto calendario di seminari e convegni dal trattamento dell'acqua ai rifiuti, fino alla mobilità in programma a Ecomondo.

L'associazione

## Al tavolo sul made in Italy siedono anche le aziende



**Loredana Sarti**  
segretario  
generale Aefi

**P**ur non riuscendo ancora a «fare sistema» come altri grandi Paesi europei, l'Italia ha compiuto importanti passi in avanti su questo fronte, soprattutto per quel che riguarda la promozione del made in Italy all'estero. Il sistema fieristico ha dato il proprio importante contributo e per raggiungere questo risultato è stato decisivo anche il dialogo con le istituzioni, sia a livello nazionale che locale. «Da anni Aefi ha aperto una intensa fase di dialogo con le istituzioni e, ad oggi, anche se alcuni aspetti problematici rimangono, sicuramente può affermare di aver raccolto importanti risultati, primo fra tutti il riconoscimento e l'accreditamento delle fiere quale leva della politica industriale del Paese – spiega Loredana Sarti, segretario generale di Aefi – Il principale intervento derivato da tale accreditamento è stato l'essere inseriti a pieno titolo nel piano di Promozione del made in Italy varato dall'ex ministro Calenda, un intervento importante che in questi ultimi anni ha portato alle fiere attività di incoming con conseguente crescita dell'internazionalizzazione e sviluppo dei territori coinvolti sotto il profilo economico e turistico».

Un altro importante risultato ottenuto di recente è l'accoglimento della proposta Aefi sul credito d'imposta per le imprese sulla partecipazione alle fiere internazionali in Italia e all'estero, prevista dal Decreto Crescita e riconfermato con la legge di Bilancio per il 2020. «Inoltre il dicembre scorso è giunto per Aefi l'invito come osservatore all'interno della Cabina di Regia per l'internazionalizzazione che, fra le altre cose, ha previsto nel documento conclusivo anche l'istituzione di un tavolo «Fiere» con l'obiettivo di un maggiore coordinamento delle iniziative – conclude il segretario generale dell'associazione che rappresenta il settore fieristico – Una più stretta interazione con le istituzioni porterà infatti a rendere ancor più proficua l'azione delle fiere a sostegno del mondo produttivo e della promozione del Made in Italy. Si potrà finalmente aprire la fase del «fare sistema», da Aefi a lungo rincorsa e auspicata». – m.fr.



**CIBUS**

20° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE

**PARMA**

**11/14 MAGGIO 2020**

www.cibus.it | cibus@fiereparma.it | Follow CIBUS on: f t i n