

BOOST YOUR **PRIVATE LABEL** BUSINESS WITH MARCAS' NEW **MATCHING TOOL**

# maRca

## DIGITAL SESSION

### MARCH 15-25, 2021

**INCONTRI ONLINE B2B  
TRA PARTNER DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE  
E BUYER NAZIONALI ED INTERNAZIONALI.**

#### PROGRAMMA CONVEGNI MARCA 2021

##### PHYGITAL EVENT

**DALL'EMERGENZA  
AL RILANCIO SOSTENIBILE:  
IL CONTRIBUTO DELLA  
MARCA DEL DISTRIBUTORE**

**24 MARZO 2021  
ORE 10.30**

##### CONVEGNO IN STREAMING

**LA MARCA DEL DISTRIBUTORE  
GUIDA IL RILANCIO SOSTENIBILE  
IN ITALIA E IN EUROPA  
I RETAILER E I PRODUTTORI IN AZIONE**

**25 MARZO 2021  
ORE 10.30**

Organizzato da:



In collaborazione con:



Organizzato da:



In collaborazione con:



# Rapporti

## Fiere

La crisi dei Saloni

# “La Germania ci ha superato sui sostegni rischiamo la scalata estera dei nostri poli”



1

se - Berlino ha smascherato l'immobilismo di Roma a Bruxelles». Ora tutti gli occhi sono puntati sul governo Draghi.

In gioco c'è la sopravvivenza di tutto il sistema fieristico. Molte fiere potrebbero diventare preda di scalate estere, in questa fase di consolidamento. Per fortuna, la Regione Emilia Romagna ha deciso di aumentare la propria quota per accelerare la fusione tra Fiera di Bologna e Rimini-Vicenza di Ieg, Italian exhibition group, che consentirebbe al nostro Paese di essere stabilmente nella top ten mondiale.

Un paradosso, se si considera che a giugno scorso nel Patto per l'export le fiere italiane sono state identificate tra i 6 pilastri del made in Italy, in considerazione del ruolo strategico che svolgono a favore dell'internazionalizzazione e della promozione del prodotto Italia.

Nella speranza che la situazione si sblocchi, tutti rifanno i calendari. Il Salone del Mobile di Milano, punto d'incontro a livello mondiale per le aziende del settore casa-arredo, sposta a settembre il tradizionale appuntamento primaverile. Cibus, della Fiera di Parma guidata da Antonio Cellie, slitta da maggio a fine agosto, dopo aver sondato buyer e imprese; anche Macfrut, la più importante fiera internazionale dedicata all'ortofrutta, unico comparto dell'agroalimentare che contende al vino il primato dell'export in valore, dà appuntamento alla Fiera di Rimini non più a maggio, bensì a settembre.

Niente sarà più come prima, dicono gli esperti. E per tornare a Fiere dello spessore passato, bisognerà attendere il 2022, almeno. Prima si riparte, meglio è. Il Vinitaly, manifestazione internazionale b2b tra le più strategiche del settore, ha posticipato l'appuntamento dello scorso anno al 2021 riposizionandosi a fine giugno. «Veronafiere, accanto a un puntuale protocollo per la sicurezza, ha accelerato sul fronte digitale», commenta Giovanni Mantovani, Dg di Veronafiere. «Il digitale, via già imboccata e che la pandemia ha contribuito ad accelerare, sicuramente continuerà a rafforzare il settore, ma non sarà certo sostitutivo. Siamo di fronte a un nuovo paradigma, l'integrazione tra fisico e digitale», commenta Franco Bianchi, direttore generale di Cfi, comitato fiere di Confindustria, al quale fanno capo fiere più prettamente industriali come il Salone del mobile, la Nautica di Genova, Ciclo e motociclo di Milano. Si continua a lavorare, si continua a investire. Fiera Milano, che presenta oggi i conti, ha previsto un budget entro il 2025 di 115-125 milioni di euro, di cui 90-100 milioni preventivati dalla Fondazione Fiera Milano volti a migliorare l'attrattività e la sicurezza delle sedi fieristica e congressuale.

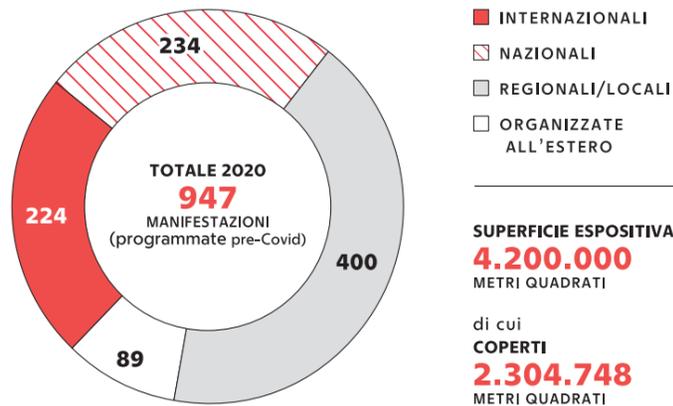
PAOLA JADELUCA

Maurizio Danese (Aefi): “Ci sono 408 milioni stanziati ma erogato solo il 4%: mancano decreti attuativi e Berlino ha dimostrato che il tetto agli aiuti pubblici in questo caso può essere abbattuto”

È stata innalzata la quota a fondo perduto da 800 mila euro a 1.800, e questo è già un primo dato positivo per il sistema fiere, ma non basta: Maurizio Danese, presidente Aefi, associazione a cui fa capo il 96% del fatturato delle fiere italiane, continua indefesso la sua battaglia per il sostegno al settore. Dal primo febbraio 2020 alla riapertura del primo settembre sono state cancellate 181 manifestazioni tra internazionali e nazionali, e altre 74 da ottobre a dicembre. L'ultimo Dpcm ha inferto un cambiamento di rotta anche ai 67 eventi internazionali previsti nel primo trimestre di quest'anno. Il settore, primo a chiudere e ultimo a riaprire, ha già pagato un prezzo altissimo: il fatturato 2020 è precipitato da un miliardo a 200 milioni di euro, ovvero -80%, secondo Aefi. Senza contare le perdite per l'indotto sul territorio che, tra diretto e indiretto, vale 12 miliardi. Se si fermano le fiere si ferma l'economia. Le fiere sono un

I numeri

LA DIMENSIONE DEL BUSINESS DEGLI EVENTI  
LA PROGRAMMAZIONE DELLE FIERE ITALIANE PRE-COVID



- INTERNAZIONALI
- ▨ NAZIONALI
- REGIONALI/LOCALI
- ORGANIZZATE ALL'ESTERO

**SUPERFICIE ESPOSITIVA**  
**4.200.000**  
METRI QUADRATI

di cui **COPERTI**  
**2.304.748**  
METRI QUADRATI

Il personaggio



**Maurizio Danese**  
presidente Veronafiere e presidente Aefi, associazione cui fa capo il 96% del fatturato delle manifestazioni italiane

volano per le nostre imprese, in media anche dieci volte più piccole dei competitor e con meno risorse, soprattutto per andare all'estero da sole. Le Fiere generano affari per oltre 60 miliardi di euro e originano il 50% del nostro export.

Non è mancato il sostegno pubblico, ma i 408 milioni di euro a fondo perduto attivati sono praticamente inutilizzabili, con appena il 4% di erogato. Soprattutto per la mancanza di decreti attuativi. Resta, in particolare un nodo cruciale da sciogliere. «I beneficiari potranno attingere a un massimo di 1,8 milioni di euro per effetto del regime 'de minimis' - spiega Danese - normato da Bruxelles. Un limite per i grandi player di fiere internaziona-

li, in primis i poli di Milano, Verona, Bologna e Rimini, che hanno accusato contrazioni del fatturato per circa 500 milioni di euro».

La Germania ha dimostrato che è possibile superare il *de minimis*, sempre grazie a una norma del Trattato Ue che permette di derogare i limiti imposti agli aiuti di Stato, facendosi riconoscere la copertura per danni eccezionali. In poche parole, basterebbe dichiarare il Covid calamità naturale ed evento eccezionale per derogare al tetto anche in Italia. Il commissario alla Concorrenza, Margrethe Vestager, ha chiarito nei giorni scorsi che spetta ai singoli Stati la decisione su quanto fatto in materia di sussidi. In pratica - ha aggiunto Dane-

1 Dal primo febbraio 2020 al primo settembre cancellati 181 eventi e altri 74 da ottobre a dicembre

Mauro Alfonso

# “Simest, un volano per l'estero”

MARCO FROJO

L'ad dell'azienda di Cdp: “Servono più spazi, digitale e sostenibilità, il settore scalpita e risalerà rapidamente”

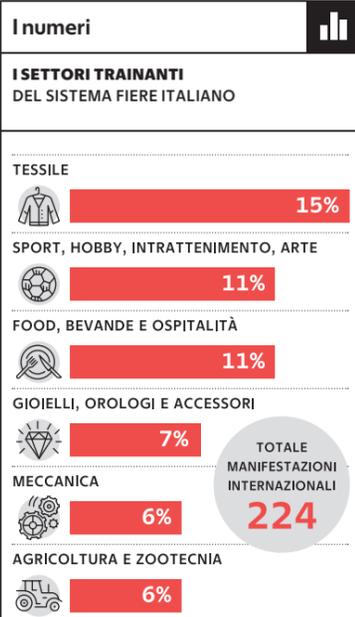
**P**ochi settori sono stati così duramente colpiti dal Covid-19 come quello fieristico. I numeri sono impietosi: dal marzo scorso l'attività del comparto è stata completamente azzerata, fatta eccezione per i mesi di settembre e ottobre. Il bilancio di tutto il 2020 è leggermente migliore ma solo perché all'attivo ci sono anche i mesi di gennaio e febbraio quando l'emergenza sanitaria non era ancora esplosa. Questi numeri, benché già sufficientemente drammatici, non raccontano del tutto la gravità della situazione. Il digitale, che in molti campi è stato un ottimo strumento per limitare i danni, non si è rivelato una valida alternativa in questo campo: in molti casi i prodotti esposti in fiera vanno toccati con mano, senza contare che quel network di relazioni personali e d'affari che un evento fieristico riesce a creare non è un modello replicabile a distanza dietro lo schermo di un computer.

I danni dello stop agli eventi fieristici non hanno colpito solo gli operatori del settore ma tutto il sistema produttivo italiano. Le piccole e medie imprese italiane, soprattutto quelle forti nell'export, fanno affidamento proprio sulle fiere per farsi conoscere e crescere nei mercati esteri. E il venir meno di questa opportunità le ha sicuramente penalizzate di più di quanto non sia avvenuto con le grandi multinazionali tedesche e francesi che, proprio in virtù delle loro dimensioni, hanno maggiori possibilità di allargare il loro portafoglio clienti.

Il rilancio del settore fieristico dovrà quindi andare di pari con la ripresa di tutta l'economia italiana. Ed è proprio a questo obiettivo che sta già lavorando Simest, la società del gruppo Cassa depositi e prestiti che dal 1991 sostiene la crescita delle imprese italiane attraverso l'internazionalizzazione della loro attività.

«Il sistema fieristico italiano si trova davanti a una grande sfida perché dovrà ripensare il proprio modello di business; migliaia di persone nello stesso luogo esigeranno attenzione anche quando l'emergenza sanitaria sarà finita – afferma Mauro Alfonso, amministratore delegato di Simest – In questo caso si può proprio dire che nulla sarà come prima. Le strutture espositive andranno ripensate non solo in un'ottica di maggiori spazi ma anche di sostenibilità. Dovranno poi essere impiegati nel modo più efficace gli strumenti tecnologici, andando a potenziare le piattaforme digitali». Sarà inoltre necessario allargare questo nuovo modello a tutto l'indotto di servizi accessori creato dalle fiere, dai trasporti alla ristorazione passando per l'accoglienza alberghiera.

Secondo Alfonso, quando la situazione lo permetterà, la ripresa del settore fieristico sarà però particolarmente veloce: gli enti sono pronti a ripartire subito e la richiesta da parte delle aziende espositrici è forte: «Sono sicuro che, all'allentamento della morsa della pandemia, la velocità di reazione sarà maggiore che



in altri settori; la gente non vede l'ora di riprendere l'attività». Questa reattività aiuterà anche il settore a raccogliere i fondi necessari per realizzare le importanti opere di adeguamento a cui il numero uno di Simest faceva riferimento: «Il denaro costa molto poco e se il comparto delle fiere sarà in grado di rimanere competitivo e di mostrare forti tassi di crescita non avrà sicuramente difficoltà a trovare i capitali che gli servono. Il problema di re-



Il personaggio



**Mauro Alfonso**  
amministratore delegato di Simest società del gruppo Cdp che ha la finalità di promuovere partecipazioni con società estere

che i concorrenti tedeschi hanno già imboccato con successo. Come Simest vogliamo supportare le società italiane in questa crescita che, nonostante le attuali difficoltà, è favorita da tre importanti fattori, la diminuzione dei multipli nelle operazioni di M&A, la grande liquidità disponibile e quindi il basso costo del denaro e l'apprezzamento dell'euro rispetto alle altre valute».

Se le cose andranno nella direzione giusta, l'economia italiana potrebbe dunque uscire addirittura rafforzata dalla crisi scatenata dal Covid-19: non bisogna infatti dimenticare che oltre il 50% dell'export tricolore nasce proprio da contatti maturati durante le manifestazioni fieristiche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL TREND

## E il Gruppo prepara la leva finanziaria per aiutare l'expo

MILANO

Il Fondo che sostiene l'internazionalizzazione ha allargato l'operatività ai Paesi Intra Ue. Anche per questo sono saliti i contributi alle Fiere

**F**in dal marzo 2020, quando l'epidemia di Covid-19 ha costretto a cancellare da un giorno all'altro qualsiasi manifestazione fieristica, Simest si è mossa per sostenere un settore così duramente colpito (fatta eccezione per il periodo settembre-ottobre gli incassi sono stati letteralmente azzerati). Se in prima battuta le misure erano volte a tamponare l'emergenza, adesso che si intravede la fine dell'emergenza grazie ai vaccini, la società del gruppo Cdp sta già pensando a come favorire e accelerare la ripresa. Le frecce al suo arco sono numerose e, per meglio rispondere alle esigenze delle imprese nella nuova situazione emergenziale, Simest è intervenuta modificando gli strumenti finanziari di cui dispone.

Nella primavera dell'anno scorso, all'inizio della pandemia, Simest ha rinnovato l'operatività del Fondo at-



1

traverso cui eroga finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione delle imprese italiane (Fondo 394/81 gestito in convenzione con il ministero degli Affari esteri), ampliandone l'operatività anche ai Paesi Intra Ue, esentando le imprese richiedenti alla presentazione di garanzie e introducendo la possibilità di ricevere una quota parte a fondo perduto. Un supporto reso possibile grazie al ruolo centrale riconosciuto a Simest dal Patto per l'Export, che nel 2020 ha destinato ai finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione oltre 1,2 miliardi di euro su un totale di 2 miliardi mobilitati per sostenere il Made in Italy. Uno dei sette finanziamenti erogati attraverso il fondo riguarda proprio la partecipazione delle imprese italia-

1 Simest è la società di Cdp che sostiene la aziende italiane sui mercati esteri

1 Gli esperti di Simest ritengono che il settore fiere ripartirà velocemente

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Processi di consolidamento

# Dall'unione nasce il gigante

SIBILLA DI PALMA

leg, frutto della fusione tra Rimini e Vicenza, si aggrega ora con BolognaFiere. Decisivo l'intervento della Regione Emilia Romagna che ha innalzato il capitale

La difficile congiuntura accelera il processo di aggregazione in ambito fieristico, che già da tempo aveva preso il via con l'obiettivo di far acquisire peso specifico agli operatori del settore, in modo da coordinare al meglio il calendario delle manifestazioni e avere maggiori risorse per gli investimenti. Dopo la fusione che ha visto per protagoniste Rimini e Vicenza dalla quale è nata Italian Exhibition Group, a farsi strada è una nuova operazione di aggregazione tra quest'ultima e BolognaFiere.

Il progetto ha visto di recente un'accelerazione grazie all'intervento della regione Emilia Romagna che ha formalizzato l'impegno ad aumentare la propria partecipazione nel capitale sociale della nascente società e a sostenerne il progetto industriale di sviluppo. L'obiettivo è realizzare un gruppo leader del settore a livello nazionale e che si ponga tra i principali operatori sullo scacchiere inter-



La sede della giunta regionale dell'Emilia Romagna

nazionale. «Si tratta di una grande operazione che, una volta concretizzata, porterà alla creazione della più grande fiera italiana e della terza in Europa – sottolinea Vincenzo Colla, assessore allo sviluppo economico della regione Emilia Romagna – Abbiamo fatto una scelta strategica: siamo il paese delle filiere che hanno bisogno di supporto per internazionalizzarsi e in questo è cruciale il ruolo svolto dagli expo. L'investimento nelle fiere consente inoltre di massimizzare i ritorni perché attorno a queste

manifestazioni ruotano il lavoro, il turismo, gli affari, le relazioni con il mondo».

Al momento, specifica, «stiamo definendo il progetto industriale della nuova società che intendiamo sostenere anche attraverso una legge ad hoc». L'investimento della regione dovrebbe ammontare a diversi milioni di euro, «anche con il supporto di cassa depositi e prestiti». L'operazione, che dovrebbe concludersi entro l'estate, non manca comunque ancora di alcuni nodi da sciogliere.

La nascente società, che verrà quotata in Borsa, dovrebbe avere un unico presidente e un solo vicepresidente, «anche se stiamo ancora ragionando sulla governance che dovrà tener conto dei vari equilibri e dunque anche dei soggetti privati coinvolti nell'operazione», spiega l'assessore. Una fusione con la quale l'obiettivo è crescere e guardare al post Covid, proiettandosi oltre la crisi che il comparto sta attraversando: prima della pandemia il sistema generava infatti un miliardo di euro di fatturato.

Un giro d'affari che però, secondo Aefi (l'associazione a cui fanno capo il 96% delle fiere italiane), nel 2020 ha visto una riduzione dell'80% a causa delle limitazioni agli spostamenti che hanno portato alla cancellazione di quasi tutte le manifestazioni, alla loro riprogrammazione su piattaforme digitali o al semplice posticipo in attesa di tornare a una almeno parziale normalità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Una guida

## Dragone a tutto export per le Pmi

STEFANIA AOI

Federlegno Arredo e Assolombarda al meeting organizzato dalla Fondazione Italia Cina

Migliorare la presenza digitale investendo di più in e-commerce, individuare partner con cui entrare sul mercato, usare italiani con origini cinesi per avere in azienda qualcuno che parli mandarino. Sono solo alcune delle raccomandazioni destinate agli imprenditori italiani che vogliono fare affari con la Cina. «Il ruolo delle Pmi nelle relazioni fra Italia e Cina: analisi di scenario e indicazioni di soci e imprese», elaborato dal Centro Studi per l'Impresa e presentato dalla Fondazione Italia Cina, grazie al sostegno di Assolombarda, Federlegno Arredo e altri, offre una guida realizzata intervistando 180 imprese che mantengono relazioni costanti con il

Paese del Dragone. La ripresa in Cina è ricominciata prima di tutti e secondo le ultime statistiche del National Bureau of Statistics, la crescita del Pil nel 2020 è stata del 2,3%, e in particolare del 3,2% nel secondo trimestre, del 4,9% nel terzo e del 6,5% nel quarto



Xi Jinping presidente della Cina

trimestre. Chi intende avventurarsi in quel regno delle opportunità però deve conoscerne le insidie. Già oggi le realtà che esportano in Asia orientale sono al 96,5% piccole e medie imprese (che insieme pesano un 50,2% del valore dell'export) e non sempre hanno la forza per fare investimenti sufficienti. Sul fronte dell'e-commerce certo è venuto incontro il governo che sta lavorando per creare piattaforme di promozione del Made in Italy. E sono state messe in campo dalle associazioni di categoria imprenditoriali tentativi di formazione di consorzi di aziende per sviluppare piattaforme digitali o promuovere percorsi di formazione congiunta.

La competitività del sistema va però migliorata. Secondo il rapporto di Fondazione Italia Cina serve un miglior coordinamento a livello europeo. Ci sono nodi da sciogliere. Per esempio, a detta delle 180 imprese intervistate, il paese del Dragone dovrebbe proseguire l'opera di rafforzamento delle tutele giudiziarie, promuovendo percorsi di informazione legale per le aziende sulle novità del settore. E sarebbe anche molto importante che si creassero piattaforme di matchmaking per facilitare la ricerca di un partner cinese con il quale condividere gli oneri di ingresso nel mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le prescrizioni anti contagio

## Il Covid manager vigilerà sulla sicurezza nei padiglioni

Rendere più sicure le fiere: non solo mascherine, igienizzante, distanziamento tra persone, misurazione della temperatura sanificazione dei padiglioni, piani di emergenza obbligatori. È una giungla di regole quella che dovranno rispettare gli enti. Affinché tutto sia fatto a modo è nata una nuova figura professionale: il Covid manager, sorta di responsabile della sicurezza che dovrà coordinare il tutto, fare accertamenti affinché le norme siano rispettate, intervenire in caso di necessità. Lunga la lista degli accorgimenti che dovrà assicurarsi che gli enti prendano in questo tempo difficile. L'informazione prima di tutto. Le fiere dovranno ricordare con cartelli avvisi digitali, che chi ha la febbre e sintomi deve restare a casa, quali sono le regole igienico-sanitarie da adottare, invitare a usare i gel igienizzanti messi a disposizione, sarà necessario predisporre un presidio medico durante lo svolgimento delle manifestazioni, con la presenza di medici e infermieri al fine di isolare temporaneamente in base alle disposizioni delle autorità sanitarie le persone che dovessero presentare febbre e sintomi di infezione respiratoria (tosse, svenimenti).

Cambia anche l'accesso di fornitori e allestitori che dovranno essere fatti entrare uno per volta al fine di ridurre le occasioni di contatto e autocertificare il buono stato di salute e la mancanza di contatti con contagiati di Coronavirus negli ultimi 14 giorni. Per garantire il distanziamento dei visitatori poi dovranno essere rimodulati gli spazi e gli accessi frammentare i poli di attrazione (aziende leader, eventi collaterali, convegni) distribuendo il pubblico su aree vaste, si dovrà poi favorire la prenotazione della visita online. Nelle sale conferenza sarà previsto il posizionamento delle sedute ad una distanza l'una dall'altra al fine di garantire il distanziamento interpersonale. E molte conferenze andranno in streaming. - st.a.

© RIPRODUZIONE RISERVATA