

Fiere, ripresa oltre le attese con il ritorno dei buyer esteri

Eventi in presenza. I livelli pre Covid restano lontani, ma l'adesione elevata conferma la validità delle manifestazioni per lo sviluppo delle aziende

Giovanna Mancini

«Il dato più importante è che le fiere in presenza si confermano uno strumento che le imprese ritengono fondamentale per il loro sviluppo, soprattutto all'estero. Gli operatori ci credono e lo stiamo vedendo in queste settimane dalla partecipazione alle nostre manifestazioni, superiore a ogni attesa». Maurizio Danese, presidente dell'Associazione delle fiere italiane (Aefi) si abbandona finalmente a un po' di ottimismo, dopo tanti mesi di difficoltà. La ripartenza di settembre delle fiere italiane

50%

GLI EFFETTI DELLA PANDEMIA

Il settore fieristico è tra i più colpiti dal Covid: nel 2021 attesi ricavi attorno al 50% rispetto al 2019

(chiuso per quasi un anno e mezzo causa pandemia) ha sorpreso un po' tutti per l'adesione degli operatori, di cui molti da Paesi extra-europei, ma anche per il volume di ordini e contatti registrati.

I numeri della ripartenza

Ad aprire le danze, lo scorso 31 agosto, è stato il Cibus di Parma, con quasi 40mila visitatori, di cui 2mila dall'estero. Poi è toccato a Milano, con il successo del Salone del Mobile (nell'edizione speciale del SuperSalone), che ha registrato oltre 60mila visitatori, per il 47% esteri. Il testimone è passato a Genova, dove il Salone Nautico ha visto un'edizione considerata tra le mi-

gliori di sempre, con 92mila ingressi. VicenzaOro ha registrato l'80% delle visite rispetto all'edizione del 2019 e oltre 800 espositori. Bene anche le fiere della moda di Milano (Micam, Mipel e The One), con 22.274 visitatori e 735 aziende, e il Sana di Bologna, che ha sfiorato le 50mila presenze. Incoraggianti le premesse anche per due importanti manifestazioni in arrivo questa settimana: il Cersaie di Bologna, che apre domani con 623 espositori (il 38% esteri), occupando 15 padiglioni; e il Marmomac di Verona, che da mercoledì attende 250 top buyer selezionati per il progetto di incoming con Ice, 756 aziende da 39 Paesi e 60mila mq di superficie espositiva (l'80% rispetto al 2019).

In fiera per fare business

Sono numeri ancora molto lontani dai livelli pre-Covid e non basteranno certo a risollevarli i bilanci delle fiere italiane, appesantiti da un anno e mezzo di chiusura (-75% di ricavi nel 2020), ma danno fiducia in una ripartenza vera dal prossimo anno, spiega Danese: «Nel 2021 mi aspetto che i ricavi complessivi per il settore saranno ancora attorno al 50% rispetto a quelli pre-Covid, perché ricordiamo che siamo stati fermi per un semestre, con un crollo del 95% dei fatturati. Ma il 2022 tornerà a essere un anno di business vero».

Certo, mancano e mancheranno ancora per un po' i visitatori asiatici, ma dall'Italia, dall'Europa, dalla Russia, dal Medio Oriente e anche dal Nord America la risposta è confortante. «Se si può andare alle fiere, gli operatori ci vanno: è questo che dimostrano i dati di settembre



In presenza. Sopra, sfiorate le 50mila presenze a Sana, il Salone del biologico e del naturale di Bologna (9-12 settembre). A destra, visitatori al Micam di Milano che, assieme a Mipel e The One Milano ha registrato 22.274 ingressi e 735 espositori (19-21 settembre)



Ripartenza. Sopra: VicenzaOro (10-14 settembre) ha registrato l'80% di visite rispetto al 2019. Sotto: Al Salone Nautico di Genova (16-21 settembre) oltre 92mila visitatori. Marmomac al via mercoledì a Verona con 800 espositori



– osserva Antonio Bruzzone, direttore generale di BolognaFiere –. Si conferma quello che noi abbiamo sempre detto: il digitale è utile e gradito alle aziende, ma non può sostituire le fiere fisiche. Poi certo, le marginalità non sono quelle di due anni fa, perciò servono gli aiuti del governo, che fortunatamente stanno per arrivare e questo ci consente di guardare al futuro con un po' più di ottimismo».

Conferma Luca Palermo, amministratore delegato di Fiera Milano: «Per quanto buoni, i numeri di questi giorni non possono ovviamente essere paragonati a quelli del 2019. Quello che colpisce di più è la grande qualità delle manifestazioni in corso: espositori e visitatori stanno tornando non soltanto per vedere i trend del momento nei rispettivi settori, ma anche per fare ordini e acquistare. La sensazione è che ci sia un pubblico più selezionato, che arriva con la volontà di fare affari».

Strategie per il futuro

Nelle fiere, insomma, si torna a fare business e chi dava per superato questo strumento si è dovuto ricredere. «Come si può ritenere sorpassato un sistema che nel 2019 aveva raggiunto il suo apice? – osserva Corrado Peraboni, amministratore delegato di Italian Exhibition Group (Rimini-Vicenza) –. Le fiere in presenza funzionano e servono alle imprese. Ovviamente, dovremo ripensare le strategie. Sono convinto che assisteremo a una progressiva continentalizzazione delle fiere e questo rende necessario attrezzarsi per fare più manifestazioni in giro per il mondo». Su questa strada si stanno orientando del resto tutti i principali gruppi fieristici italiani, che soprattutto nell'ultimo anno hanno accelerato nelle strategie di internazionalizzazione, attraverso partnership all'estero con gruppi locali o internazionali, oppure per conto proprio.

Espositori e visitatori dall'estero, comunque, stanno tornando: «Non c'è soltanto chi non ha potuto esserci – commenta Giovanni Mantovani, amministratore delegato di Veronafiere –. A Marmomac, su 800 espositori, il 43% arriva dall'estero. Mancano solo India e Cina».

Anche per quanto riguarda i visitatori, stiamo osservando un andamento buono delle adesioni. Le aziende ci credono e noi cerchiamo di offrire nuove soluzioni alle loro esigenze: dal prossimo anno sposteremo le date della manifestazione e avvieremo ricerche di mercato, per implementare i nostri servizi in una logica sempre più B2B e internazionale.