

I numeri

424

LE FIERE NEL 2019

Nel 2019 saranno 200 le fiere internazionali e 224 quelle a carattere nazionale. Il settore migliora i propri numeri grazie all'innovazione

Rapporti Fiere



75,3

PER CENTO

Il 75,3% delle imprese nazionali vede nelle fiere uno strumento di sviluppo

15

PER CENTO

Il maggior numero di fiere si concentra nel settore tessile abbigliamento e moda: 15%

Il caso

Saloni come tutor, idea vincente

“Ora tasse eque e più attenzione”

MARCO FROJO, MILANO

Giovanni Laezza, presidente di Aefi: «Gli enti fieristici si sono evoluti in partner delle imprese. Creano format mirati e fanno formazione». Le istanze al governo

Il settore fieristico italiano gode di buona salute e gli operatori guardano con fiducia al 2019. I dati raccolti da Aefi, l'Associazione esposizioni e fiere italiane, parlano chiaro: tutti gli indicatori presi in considerazione dalla rilevazione trimestrale sulle tendenze del settore fieristico per il periodo luglio - settembre 2018 (numero di manifestazioni, espositori, visitatori, superficie occupata e fatturato) mostrano un andamento favorevole e a tirare la volata è soprattutto la componente nazionale.

Nel 2019 saranno 200 le fiere internazionali e 224 quelle a carattere nazionale; a queste si aggiungeranno i numerosi eventi regionali. Le 200 fiere internazionali previste per il 2019 sono concentrate principalmente nei settori tessile-abbigliamento-moda (15%), sport-hobby-intrattenimento-arte (12%), gioielli-orologi-accessori (9%), food-bevande-ospitalità (9%) e industria-tecnologia-meccanica (7%). Lombardia, Emilia Romagna e Veneto si confermano le regioni in cui le rassegne internazionali sono maggiormente localizzate.

L'INCREMENTO

Confrontando l'andamento delle manifestazioni italiane internazionali in programma per il 2019 con quelle che si sono svolte nel 2017 - anno comparabile per la ciclicità della maggior parte degli eventi - si evidenzia un incremento del numero totale, dalle 194 del 2017 alle 200 di quest'anno.

Secondo il neopresidente di Aefi, Giovanni Laezza, che rimarrà in carica per il prossimo quadriennio, la forza del sistema fieristico italiano sta tutta nella «capacità di saper innovare, andando incontro alle esigenze di espositori e visitatori. Le fiere sono ormai sempre meno spazi fisici in cui esporre e sempre più partner per il business

delle aziende, in grado di accompagnarle nella definizione di strategie *tailor made*. Non solo nuovi format ed eventi mirati e personalizzati, ma anche una sempre maggiore interazione fra esposizioni ed eventi congressuali perché le fiere sono anche luogo di aggiornamento e formazione per gli operatori professionali e di orientamento per la creatività manuale per il grande pubblico».

Per la struttura del tessuto imprenditoriale italiano, fatto principalmente di piccole e medie imprese, il sistema fieristico gioca un ruolo fondamentale perché, come fa notare Laezza, le fiere costituiscono «uno strumento di promozione indispensabile per le Pmi che da sole non avrebbero la forza e i mezzi per avvicinare i mercati internazionali, in particolare quelli lontani e culturalmente diversi». Non è dunque un caso che il 75,3% delle imprese nazionali veda nelle fiere uno strumento fondamentale per il proprio sviluppo. «Oltre a ciò, il piano straordinario per il made in Italy ha dato un grande sostegno all'internazionalizzazione delle nostre fiere e la sua riconferma è un motivo di soddisfazione - prosegue il presidente di Aefi - L'auspicio è che il piano possa diventare strutturale proprio in virtù del grande lavoro che le nostre fiere riescono a fare per la valorizzazione del made in Italy e per il business delle piccole e medie imprese che caratterizzano e distinguono il nostro Paese nel panorama mondiale».

LA PRIORITÀ

La priorità del mandato di Laezza sarà dunque quella di «richiamare l'attenzione delle istituzioni affinché venga compreso il valore reale delle fiere quale leva di politica industriale così come avviene in altri Paesi, come Francia e Germania, oltre naturalmente a puntare l'atten-

Il personaggio



Giovanni Laezza
presidente di Aefi, l'Associazione
esposizioni e fiere italiane

zione su tematiche reali, come per esempio l'Imu e la defiscalizzazione». Un altro aspetto fondamentale sarà quello dell'internazionalizzazione: «Le fiere sono espressione delle nostre eccellenze, del made in Italy che ci caratterizza e ci distingue nel mondo. Un made in Italy che ancora deve vedere concretizzato tutto il suo potenziale e a cui le fiere offrono un supporto fondamentale. Per essere competitivi, la strada da percorrere credo sia quella di continuare a «fare sistema»; fare fiera oggi significa avere come obiettivo quello di fare estero, offrendo all'espositore la possibilità di avere un presidio importante del mercato italiano e al tempo stesso essere il veicolo, a costi contenuti e con un abbattimento dei rischi, per il mercato straniero, quello lontano, quello difficile da raggiungere».

CABINA DI REGIA

Fra le richieste che Aefi fa al governo c'è soprattutto quella di entrare nella Cabina di Regia Nazionale, «così come avviene in altri Paesi europei, per coordinare meglio l'azione e con interventi urgenti». Tra questi l'Imu: «Dal 2007, come associazione, chiediamo che la tassazione fiscale sugli immobili fieristici venga riportata alla corretta classificazione in categoria E (quali immobili a destinazione particolare e quindi esenti da Imu) oppure, nel caso venisse mantenuta la classificazione D8, che i padiglioni fieristici non vengano equiparati a capannoni industriali o centri commerciali attivi 365 giorni l'anno ma vengano tassati in base ai giorni effettivamente utilizzati per le esposizioni con disposizioni univoche su tutto il territorio nazionale. Sono passati 11 anni e ancora non ci sono sviluppi, anzi aumenta enormemente il peso dei tributi locali sul settore, soprattutto su quelle realtà che hanno bilanci vicini al pareggio».

Le fiere sono un investimento: «È necessario agevolare le con la defiscalizzazione la partecipazione alle manifestazioni internazionali in Italia e a quelle italiane all'estero e la promozione».

È previsto in aumento il numero delle fiere che si svolgeranno nel 2019

Nel 2018 sono saliti a 95 (da 79) i saloni con il bollino che attesta numeri e qualità. È una leva di competitività e così c'è più trasparenza

La certificazione

Ora tutti vogliono il "sigillo"

È uno strumento di trasparenza nel mercato, che consente a espositori e visitatori di valutare a quali eventi partecipare. E, al contempo, è una leva di competitività internazionale per le manifestazioni fieristiche del nostro Paese». Franco Boni, presidente di Isfcert, parla in questi termini delle certificazioni relative agli eventi espositivi. L'Istituto certificazione dati statistici fieristici è stato costituito da Aefi, Cfi, Cft e Unioncamere nel 2005 per consentire agli associati di adempiere agli obblighi previsti da alcune Regioni e di fronteggiare l'esigenza di certezza dei dati relativi alle manifestazioni organizzate.

Nell'anno che si è da poco concluso, le manifestazioni certificate da Isfcert sono state 94 (sei nazionali e 88 internazionali, di cui una estera), in forte crescita rispetto alle 79 del 2017. «L'incremento è un'ulteriore conferma di come si stia affermando il processo e questo ci permette di iniziare a colmare il gap con gli altri Paesi europei, come Francia e Germania, in cui la certificazione è attiva da oltre 30 anni e che hanno superato quota 80% di eventi certificati».

Isfcert adotta la certificazione Iso, un sistema articolato, che necessita di una struttura competente molto organizzata ed è in linea con le tendenze che vanno

affermandosi a livello internazionale. Basti citare la proposta della Cina di istituire un gruppo di lavoro in ambito Iso che si occupi di normare il settore a livello globale: una proposta che fin qui non ha ottenuto il consenso necessario da parte degli altri Paesi, ma che va facendo sempre più proseliti.

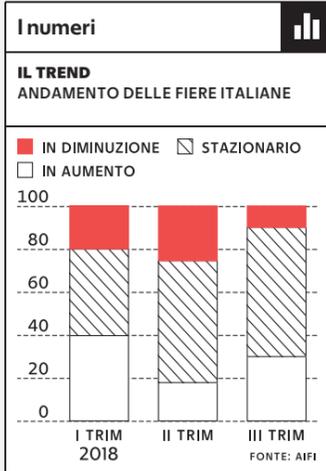
Tornando al mercato interno, va considerato anche un altro aspetto. Dal 2016 la certificazione è tra i requisiti necessari per accedere ai fondi del Mise (il ministero dello Sviluppo economico) destinati alle fiere e riservati ai soggetti organizzatori. Non solo, la Regione Emilia Romagna prevede questo bollino di qualità tra i requisiti necessari per accedere ai fondi stanziati a sostegno della competitività del sistema fieristico regionale, mentre la Lombardia ha messo a punto un sistema premiante. Non a caso proprio queste due sono le regioni con il maggior numero di appuntamenti certificati, rispettivamente 29 e 23. Segue a distanza il Veneto (8), mentre ai piedi del podio si piazza il Friuli Venezia Giulia (7). L'ultima novità risale al finire del 2018, quando la Conferenza delle Regioni e Province Autonome ha realizzato un calendario fieristico dedicato alle sole certificate.

Considerato che ottenere questo riconoscimento richiede un investimento in termini di lavoro



importante per gli enti organizzatori, come misurarne il ritorno? A questo proposito la stessa Isfcert ha effettuato un'analisi su 75 fiere internazionali del 2018, registrando rispetto alle precedenti edizioni un aumento del numero di visitatori (+3,7% in totale, ma +12,5% a considerare solo quelli stranieri), delle visite (+4,0%) – intese come numero degli ingressi univoci giornalieri – degli espositori (+2,2%) e della superficie complessivamente occupata (+4,7%).

Quale procedura seguire? Boni spiega che la richiesta va inviata sei mesi prima dell'inizio della manifestazione (sei mesi prima nel caso di manifestazioni semestrali), mentre cinque giorni prima dell'avvio dell'evento o della chiusura delle iscrizioni, l'orga-



La certificazione è tra i requisiti per accedere ai fondi Mise

L'opinione

L'incremento degli eventi certificati ci permette di iniziare a colmare il gap con gli altri Paesi europei come Francia e Germania

FRANCO BONI
ISFCERT

nizzatore deve fornire tutta la documentazione utile alla visita ispettiva (elenco degli espositori, planimetria; elenco di congressi, workshop, eventi formativi; catalogo della manifestazione), che ha luogo durante i giorni di svolgimento della manifestazione. Al termine della visita viene quindi redatto un verbale. L'ufficio ispettivo di Isfcert, nei 15 giorni successivi, può richiedere approfondimenti documentali utili al completamento dell'istruttoria. L'organizzatore provvederà a compilare, entro 20 giorni dalla chiusura della manifestazione le tavole statistiche relative ai dati oggetto di certificazione che saranno analizzati dall'ispettore per verificarne la coerenza con la base documentale e con quanto ispezionato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MILANO
06 02 2019
Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo Da Vinci
Sala Cavallerizze, Via Olona 6 bis

I TEMI DEL FORUM

- SMART MANUFACTURING
- VIRTUAL MANUFACTURING AND SMART PRODUCT
- INDUSTRIAL CYBER SECURITY

L'evoluzione delle tecnologie software nell'industria 4.0

Evento a partecipazione gratuita con riconoscimento crediti formativi

Con la partecipazione di

ABB • Altair • Beckhoff Automation • Brick Reply • Dassault Systèmes • Efa Automazione • Eplan Software & Service • Esa Automation • Forge Reply • Fortinet • Hewlett Packard Enterprise • Lenze • MindSphere • Oracle • PcVue Solutions • PTC - Rockwell Automation • Schneider Electric • SDProget Industrial Software • Servitecno GE Digital Alliance Partner • Siemens PLM Software • Software AG - GN Techonomy • Techsol • Var Group

Aggiornamenti e registrazione www.forumsoftwareindustriale.it

ANIE AUTOMAZIONE messe frankfurt

L'operazione

Shopping di società per migliorare i servizi

STEFANIA AOI, MILANO

Una chiave di sviluppo per il settore è quella di offrire ambienti belli e stand curati. Così i grandi enti comprano imprese di allestimento

Le grandi fiere puntano sui servizi e fanno shopping di società di allestimento. Si è mossa così BolognaFiere e anche Ieg, il gruppo nato dall'unione di Rimini e Vicenza. «Oggi come oggi per competere sul mercato fieristico non ci sono tante strade. - racconta il direttore di Bologna Fiere, Antonio Bruzzone - Oltre all'internazionalizzazione, una è quella di offrire servizi di qualità alle imprese e consentire al visitatore di trovarsi in un ambiente bello, con stand realizzati con cura, tecnologicamente all'avanguardia». Bologna è arrivata a fatturare 40 milioni di euro solo con gli allestimenti e insieme a Fiera di Milano e Ieg è una delle realtà più grosse nel settore. Anche per questo, il percorso intrapreso sta dando i suoi frutti. Due anni fa, il quartiere chiudeva il bilancio consolidato con 125 milioni di euro, mentre il 2018 è stato archiviato con 155 milioni di fatturato. «Merito anche alle acquisizioni, ma non solo», ricorda Bruzzone, per poi spiegare che l'utile prima delle imposte è stato di 10 milioni.

Risultati che consentiranno a Bologna di portare avanti nuove sfide. «Il prossimo passo che vogliamo compiere è l'acquisto di alcune piccole società fieristiche per rafforzarsi ulteriormente all'estero, in particolar modo nel campo dell'estetica dove noi abbiamo forti competenze grazie alla nostra manifestazione Cosmoprof già presente all'estero, del publishing e della Pet Industry».

Ieg, il gruppo presieduto da Lorenzo Cagnoni che controlla le fiere di Rimini e Vicenza, ha invece acquisito il controllo delle società Prostand e Colorcom, dando vita a una nuova piattaforma nel settore degli allestimenti fieristici. Il gruppo ha rafforzato la presenza in questo campo anche negli Stati Uniti, acquisendo la Fb International.

Di rafforzare il settore degli allestimenti si discute anche a Verona, che ha già una sua controllata, Veronafiere Servizi, che si occupa di questo aspetto. Tanto più che il piano industriale prevede entro il 2022, il potenziamento in generale dei servizi a valore aggiunto. «L'obiettivo finale - spiega il direttore generale, Giovanni Mantovani - è la crescita di scala attraverso il consolidamento delle manifestazioni in portafoglio, con particolare attenzione a Vinitaly, il nostro evento dedicato al vino, e Marmomac, dedicato al marmo, e l'inserimento di nuovi prodotti fieristici nel settore dell'agribusiness». Si prevedono investimenti anche per migliorare le infrastrutture, per la digitalizzazione e la gestione dei flussi di dati, fondamentali per conoscere e anticipare le aspettative dei



Un'immagine di BolognaFiere, tra le prime a fare acquisizioni nel settore dell'allestimento

clienti. Sul fronte estero, i focus di Vinitaly restano gli eventi ed educativi in Cina e Stati Uniti, mentre in Brasile si punta a completare l'offerta del salone Whine South America con un'area dedicata alle tecnologie per la vitivinicoltura.

Per competere sui mercati internazionali, società fieristiche più piccole si sono persino unite in rete. Così è nata Lombardia Fiere, che associa in un unico soggetto fieristico le società Centro Fiere di Montichiari, CremonaFiere, Pro Brixia (azienda speciale della Camera di Commercio di Brescia) ed Ente Fiera Promoberg di Bergamo, che ha proprio la missione di creare un soggetto forte per affrontare mercati lontani. «Siamo alla seconda edizione del nostro salone "Be Italian, you are what you eat & drink", a New York, dedicato al meglio del food e delle attrezzature professionali Made in Italy - racconta il direttore di Cremona Fiere, Massimo De Bellis - e abbiamo già raggiunto ottimi ri-

sultati». Intanto, dal 3 al 5 Marzo, Lombardia Fiere sarà al Javits Center di Manhattan in occasione di International Restaurant & Foodservice Show.

«Abbiamo già portato all'estero aziende importanti come Pentole Agnelli, specializzata nelle pentole professionali, Auricchio nei formaggi, Acetificio Carandini nell'aceto balsamico, Giovanni Rana con la pasta, per citarne solo alcune. Le aziende che ci hanno seguito hanno ottenuto ottimi riscontri». Nel 2018, l'area speciale Be Italian, molto riconoscibile all'interno della Manifestazione americana, ha incuriosito e attirato un grande numero la presenza di oltre 20mila visitatori, tutti operatori professionali della ristorazione. «Per fare buoni affari - conclude De Bellis - è però importante arrivare sui mercati internazionali preparati ed è per questo che noi seguiamo con degli specifici momenti formativi come quelli organizzati a novembre».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Parma

Mercanteinfiera, in mostra l'inedito fari su arte nascosta e giocattoli antichi

5%

I grandi musei espongono solo il 5% del loro patrimonio in mostra ciò che resta nei magazzini

Noi, a Parma, vogliamo dare visibilità all'arte nascosta italiana». Così Ilaria Dazzi, Brand manager di Mercanteinfiera, annuncia la nuova mostra collaterale che animerà la manifestazione, dedicata all'antiquariato, modernariato, design e collezionismo vintage, che sarà ospitata dal 2 fino al 10 marzo alla fiera di Parma.

«Da una ricerca condotta nel 2016 dalla rivista statunitense Quartz, - spiega Dazzi - sul patrimonio artistico conservato in venti grandi musei del mondo tra cui il MoMa e l'Ermitage, è emerso che appena il 5% della loro collezione viene esposto». Durante Mercanteinfiera invece faranno bella mostra di sé materiali archeologici (bronzi, formelle di età augustea) appartenenti al Polo museale della Liguria, grazie ai

quali sarà possibile scoprire l'antica città di Luna (oggi Luni) nata nel 177 a.C. come avamposto militare romano.

Una seconda mostra collaterale sarà dedicata ai giocattoli antichi. Per il resto, sarà come sempre un trionfo di pezzi di antiquariato, modernariato, design e collezionismo vintage, marchi di fabbrica della kermesse. Si va da rari mobili del '700 di epoca napoleonica, a statue sumere risalenti al IV millennio a.C. come l'idolo ad occhioni proveniente dal tempio di Tell-Brak; dai monetieri inglesi seicenteschi, alle console toscane con marmi della breccia di Stazzena (cava di marmo medicea destinata solo ai nobili).

Poi i quadri, dai fiamminghi a Guareschi, il maestro dei fiori, a De Nittis, Bocchi o Boldini. - st.a.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Roma e Firenze

Eventi e lavori piccole expo in movimento

MILANO

Piccole fiere cercano di crescere e di aumentare il proprio fascino. Firenze lavora alla ristrutturazione dei suoi spazi e sogna una sala convegni dove gli oratori, come in Star Trek, appaiono davanti alla platea di spettatori sotto forma di ologramma. Mentre Roma, chiude il 2018 quasi in pareggio di bilancio e, dopo anni di difficoltà, prova a rimettersi in piedi lanciando nuovi eventi. «Solo una decina di giorni fa, sono partiti i lavori per il recupero del Palazzo degli Affari, centro congressi polivalente, di sei piani, che si trova a 30 metri dalla stazione di Santa Maria Novella», annuncia il presidente di Firenze Fiera, Leonardo Bassilichi. Una realtà da 20 milioni di fatturato, che ha tra i suoi clienti Pitti Immagine e che, per rispondere alle esigenze di un mercato mutato nel tempo, ristruttura. «Entro il 2019 partiranno i lavori di messa in sicurezza delle mura cinquecentesche della Fortezza

La frase

“

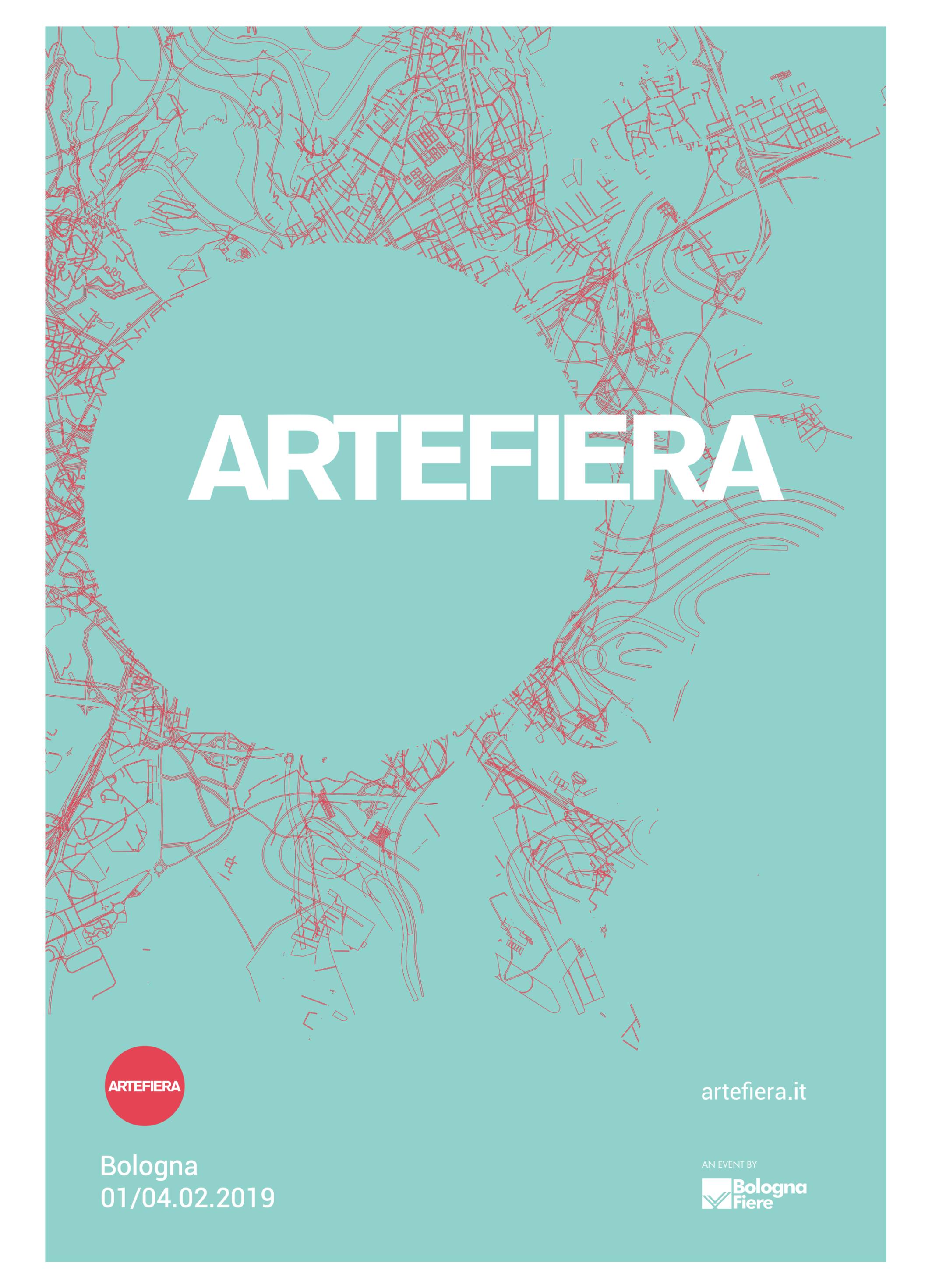
Alla Fortezza otterremo spazi nei camminamenti sotterranei. Così potremo organizzare eventi di ogni tipo per i nostri clienti

LEONARDO BASSILICHI
PRESIDENTE FIRENZE FIERA

da Basso, sede principale del nostro quartiere fieristico. Otterremo così nuovi spazi lungo le mura e nei camminamenti sotterranei potremo organizzare eventi di ogni tipo per i nostri clienti». Altro passo importante sarà, nel 2020, il via ai lavori per la realizzazione, sempre dentro la fortezza, del nuovo padiglione Bellavista. Uno spazio multifunzionale per congressi da 3500 posti, che potrà essere adibito, all'occasione, a spazio espositivo.

Dal 2016, dopo un concordato omologato e terminato, a Roma il peggio sembra passato. «Oggi abbiamo un bilancio di 20 milioni di euro e chiudiamo il 2018 quasi in pareggio», racconta l'ad Pietro Piccinetti. Un risultato ottenuto con una decina di nuove manifestazioni e ospitando eventi altrui. «Quest'anno partiamo con Exco 2019, la prima fiera della cooperazione sostenibile profit, progetto che ha ottenuto l'avvallo dell'Agenzia alla Cooperazione Internazionale della Commissione Europea e dell'Agenzia della Cooperazione Italiana. E il 17 maggio, ultimo giorno di manifestazione, avremo tutti i direttori delle agenzie alla cooperazione dei paesi europei». Tra le altre novità c'è poi News space economy Expoforum, per le imprese che guardano allo spazio come prossimo mercato. E Obor Exhibition, una manifestazione organizzata con la Cina. «Tutto questo lo stiamo facendo senza finanziamenti - conclude Piccinetti - Contiamo che il 2019 sarà l'anno della svolta: torneremo in utile». - st.a.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ARTEFIERA

ARTEFIERA

Bologna
01/04.02.2019

artefiera.it

AN EVENT BY

 **Bologna**
Fiere