

LA POLITICA INDUSTRIALE SI COSTRUISCE IN FIERA

Il sistema fieristico italiano deve iniziare a fare sistema, per conquistare la leadership europea. A partire da Milano, che sfrutta la sua attrattività internazionale. Intervista con l'a.d. Luca Palermo

di Riccardo Venturi

Ventotto fiere nei primi sei mesi dell'anno nonostante lo stop fino a metà febbraio, congressi già tornati ai livelli del 2019: Fiera Milano brucia le tappe. In questa intervista a Economy, l'a.d. Luca Palermo racconta la strategia: creare nuove fiere leader di settore a livello europeo e non solo, attrarre le grandi fiere internazionali che non hanno una sede fissa, potenziare i servizi, rendere le fiere sempre più sostenibili. E spingere il sistema fieristico italiano a fare sistema.

Palermo, come sono andati questi ultimi due anni? Quale impatto hanno avuto e come avete gestito l'emergenza?

Sono entrato in Fiera Milano in piena pandemia, a inizio ottobre del 2020. L'azienda è rimasta chiusa da aprile dello stesso anno per 18 mesi. Un anno e mezzo di to-

tale assenza dalla scena che ha provocato una perdita dell'83% rispetto al record del 2019, quando l'industria fieristica in Italia e non solo era in piena espansione. Eppure non abbiamo licenziato nessuno, grazie all'utilizzo di tutti gli strumenti a disposizione, dalla cassa integrazione alla messa al minimo dei costi di esercizio dei quartieri fieristici. Nel frattempo però abbiamo lavorato al nuovo piano industriale. Così a gennaio 2021 abbiamo presentato CONN.ECT 2025, che sta per Connections, exhibitions, community, transformation, con orizzonte al 2025 per avere 4 anni di esercizio e anche per le previsioni che davano il ritorno del settore fieristico a regime attorno al 2025, e il 2023-2024 per quello congressuale. A fine 2021 abbiamo ottenuto ristori per circa 50 milioni euro. Il Governo non l'ha fatto per farci un regalo,

ma perché si è reso perfettamente conto che il sistema fieristico è uno strumento fondamentale di politica industriale. L'impatto stimato sui territori del sistema fieristico nel 2019 era di circa 22 miliardi, solo Fiera Milano ne valeva circa 8.

Quali sono stati i risultati delle azioni intraprese durante la chiusura?

Importanti. Abbiamo ripreso nel 2021 con le prime manifestazioni a giugno-luglio, a settembre c'è stato il Supersalone inaugurato da Mattarella. Nel 2021 abbiamo svolto oltre 30 manifestazioni quando prima della pandemia ne facevamo 50-55 in un anno: quella di Colonia si è fermata a 8. Un calendario molto fitto, e in totale sicurezza: i protocolli del sistema fieristico per far fronte alla pandemia hanno standard tra i più alti sul mercato, il che ci ha consentito di essere un unicum. Nessun altro sistema fieristico europeo è ripartito come quello italiano, quello tedesco lo sta facendo solo adesso. Questo ci ha permesso di arrivare a fine giugno 2022 con 28 fiere, nonostante lo stop di gennaio e della prima metà di febbraio a causa della variante Omicron, con un palinsesto simile a quello del 2019. Fiere che sono tornate a essere molto visitate: ognuna sta andando un po' meglio delle aspettative, anche in termini di qualità dei buyer, che mostrano maggior interesse e sono più propensi ad investire. A livello fieristico non siamo ancora ai livelli del 2019 ma siamo ripartiti un po' più velocemente di quel che ci aspettavamo, mentre per quanto riguarda i congressi siamo addirittura già tornati ai livelli del 2019, grazie ai fortissimi investimenti delle corporation:



LA FIERA DI MILANO DISEGNATA DA MASSIMILIANO FUKSAS



LUCA PALERMO, A.D. DI FIERA MILANO

un bel segnale che chi sta a Milano nota tutti i giorni in termini di vitalità.

Quali sono le prospettive future? Quali i nuovi progetti fieristici?

Partiamo dalle evidenze: 28 fiere nella prima metà dell'anno nonostante il primo mese e mezzo di chiusura è un risultato sopra le aspettative. Il sistema ha confermato la necessità di esserci, c'era chi diceva che le fiere sarebbero diventate digitali, invece sta succedendo il contrario. Non sono tornati soltanto i visitatori italiani, c'è una forte componente internazionale, eccezione fatta per quella cinese. Alla luce di questo dobbiamo fare 4 cose. Primo: il rafforzamento del nostro portafoglio prodotti. Abbiamo fiere di proprietà che sono leader indiscussi a livello internazionale, come per esempio Host in campo di ristorazione e accoglienza. Dobbiamo guardare ai macrotrend per creare fiere leader a livello europeo. Quel che emerge con forza dopo la fase più dura della pandemia è la necessità di essere leader, perché le aziende difficilmente investiranno in più fiere dello stesso argomento. È quel che abbiamo fatto con la mobilità sostenibile: a ottobre ci sarà la prima edizione di Next

mobility exhibition, con un mix di contenuti convegnistici e fieristici. Abbiamo creato la piattaforma dove si viene a discutere e vedere i trend della mobilità, dal trasporto locale a quello privato alle infrastrutture, dalla mobilità sempre più elettrica o a idrogeno al car sharing e pooling. Tutte tematiche affrontate con un parterre scientifico importante; stiamo anche lavorando per dare crediti formativi a chi partecipa.

La seconda cosa da fare?

Sfruttare l'attrattiva internazionale di Milano non solo per i congressi - oggi l'Allianz MiCo è il più grosso centro congressuale europeo con oltre 35mila posti - ma anche per attrarre le grandi fiere internazionali che non hanno una sede fissa. A inizio settembre per esempio ospiteremo Gastech, la più importante manifestazione nel settore delle energie. Terzo: dobbiamo rafforzare i servizi core di quartiere. Vogliamo essere i più bravi a offrire i servizi che si comprano nelle fiere, sia quelli rivolti agli espositori, dalla ristorazione ai servizi di base, piuttosto che quelli digitali, non come nemico della fiera fisica ma come suo acceleratore. L'investimento tecnologico deve permettere di vivere bene il quartiere, con l'app per fare i biglietti in formato digitale, prenotare il pranzo, fissare gli appuntamenti; e tutti quei servizi che permettono all'espositore di far fruire dei suoi servizi anche dopo la fine dell'evento.

E la quarta?

È la sostenibilità, cui abbiamo dedicato una corposa sezione del piano strategico. Ci rendiamo conto che l'impatto di Fiera Milano è importante: prima della pandemia si parlava di 36mila aziende, 4 milioni di visitatori, un milione e 700 mila metri quadrati di spazi espositivi. Per questo facciamo misurare il ciclo di vita dell'evento da una terza parte, per poi implemen-

tare una serie di buone pratiche al fine di ridurre il più possibile l'impatto, a partire dai rifiuti. Siamo tra i primi firmatari della Strategia di riduzione delle emissioni del sistema fieristico presentata alla Cop26 di Glasgow dall'Ufi, l'associazione mondiale delle fiere, con l'impegno di raggiungere la neutralità carbonica nel 2050. Il tema sostenibilità ha valenza strategica: sempre più aziende lo chiedono come prerequisito per partecipare. Inoltre siamo quotati e non ci possiamo esimere. La nostra ambizione è di diventare, un giorno, BC Corp.

Cosa pensa del dibattito sull'esigenza di fare sistema per il sistema fieristico italiano?

Ci credo molto. Per essere veramente uno strumento di politica industriale dobbiamo essere in grado di rappresentare le filiere del Paese, e per farlo non dobbiamo essere frammentati. Dobbiamo avere il coraggio di trovare forme di aggregazione, come la Germania. Essendo Fiera Milano la più grande, ha l'onore-onere di stimolare questo genere di discussione, che deve essere veramente aperto. Stiamo provando a ragionare sul sistema dell'agroalimentare italiano, che oggi è frammentato in più di una fiera. Questo fa sì che le aziende italiane vadano a popolare anche al 70% le fiere all'estero,

grasse 3-4 volte le nostre. Con Parma ci stiamo chiedendo: come facciamo a creare la grande fiera internazionale del food a Milano e quella delle grandi eccellenze locali e dei Dop a Parma? Si tratta di trovare un punto di sintesi e superare i campanilismi. Non c'è più spazio per la frammentazione: gli investimenti andranno dove c'è la fiera leader. La strada è irta, ma bisogna provarci, e la finestra temporale è adesso, per un paio d'anni, dopodiché i competitor si riorganizzeranno e diventerà molto difficile. Quindi va fatto velocemente: il tempo non è secondario.

NONOSTANTE LO STOP DI INIZIO ANNO, A FINE GIUGNO 2022 FIERA MILANO AVEVA GIÀ ORGANIZZATO BEN 28 MANIFESTAZIONI