

# FIERE, MOTORE RIACCESO MA SERVE UN PIANO GLOBALE

Il settore ha chiuso il 2022 in crescita ma il fatturato non è ancora ai livelli pre Covid, dice Maurizio Danese, presidente di Aefi. Quest'anno 56 eventi in più in calendario. «Ora muoversi come sistema e spingere sull'internazionalizzazione»

di **Andrea Salvadori**

**L'**accelerazione dell'internazionalizzazione e una maggiore collaborazione tra gli attori del comparto sono le chiavi per permettere alle fiere di diventare un asset ancora più importante del sistema economico del paese. Il 2022, l'anno della ripartenza dopo la pandemia e i lockdown che hanno di fatto azzerato le attività del settore per un biennio, «ci ha permesso di riavvicinarci ai livelli di business pre-Covid, con un calo del giro d'affari compreso tra il 20% e il 25% rispetto al 2019 — spiega Maurizio Danese, presidente di Aefi, l'associazione esposizioni fiere italiane —. Un buon risultato se si considera che a febbraio non sapevamo neanche se saremmo riusciti ad organizzare le manifestazioni nel corso dell'anno».

Un trend che rispecchia le performance del settore a livello globale: secondo le stime riportate nel Global Exhibition Barometer di Ufi, il mercato fieristico dovrebbe aver chiuso l'anno, escludendo la Cina ferma sempre a causa del Covid, con ricavi pari all'80% del giro d'affari di quattro anni fa.

Per il 2023 Aefi prevede il ritorno ad una situazione di maggiore normalità, «al netto delle difficoltà legate alle tensioni geo-politiche in atto e alle loro ripercussioni economiche. L'aumento dei costi delle materie prime, dell'energia e anche della manodopera si è già fatto sentire infatti lo scorso anno e inciderà anche nel 2023 sui bilanci per quanto riguarda la redditività».

Le prime indicazioni che arrivano degli enti fieristici e dalle società proprietarie delle manifestazioni danno il senso ad ogni modo di un mercato dinamico: nel 2023, secondo il calendario predisposto dalla Conferenza delle Regioni, in Italia sono state programmate 267 fiere internazionali e 264 appuntamenti nazionali, ovvero 33 eventi internazionali e 23 rassegne domestiche in più rispetto allo scorso anno.

## Il volano

«Da diversi anni ormai le fiere rappresentano un anello di congiunzione sempre più importante tra il sistema produttivo nazionale e l'economia mondiale. Per questa ragione presidiare i mercati chiave per il made in Italy è imprescindibile per lo sviluppo del comparto e per il buon andamento dell'export italiano. Gli operatori da tempo hanno puntato sui mercati globali, da un lato internazionalizzando manifestazioni già esistenti, dall'altro spingendo l'acceleratore sulla promozione all'estero e sull'accoglienza in Italia dei responsabili acquisti provenienti da tutto il mondo. Un lavoro, quest'ultimo, portato avanti anche lo scorso anno con la collaborazione di Ice-Agenzia e con risultati più che soddisfacenti», continua Danese. Non stupisce dunque che i settori merceologici protagonisti delle manifestazioni internazionali che si svolgono nel nostro paese (Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana e Veneto sono le regioni che ospitano oltre il 70% di

questi eventi) siano quelli con una più spiccata propensione all'export, come tessile, food beverage e ospitalità.

Il livello di internazionalizzazione del sistema fieristico italiano, sottolinea Maurizio Danese, «rimane però ancora molto più basso rispetto a quanto avviene in altri paesi europei». I ricavi raccolti all'estero dai player nazionali rappresentano ancora solo il 9% del totale, mentre in Francia la percentuale tocca il 20%, in Germania il 27% e in Gran Bretagna l'80%. Inoltre, l'Italia è sì il terzo mercato a livello globale per mesi quadrati venduti, ma è penalizzata da un prezzo medio molto più basso rispetto a quanto avviene negli altri paesi sviluppati, in media il 60% in meno.

«È prioritario lavorare per accelerare la globalizzazione del made in Italy attraverso accordi di sistema tra fiere e condividendo la strategia di crescita con il governo e con i dicasteri interessati. Una via da percorrere per il futuro delle fiere ma anche per lo sviluppo delle aziende del paese. Riuscire a presidiare i mercati esteri con la nostra bandiera è fondamentale e per questo reputiamo che sia oggi importante mettere in atto un piano per sostenere la diffusione delle principali fiere internazionali italiane in tutto il mondo. Noi siamo pronti, le grandi manifestazioni anche e i tavoli con il governo sono già avviati. Dobbiamo cambiare passo perché ad oggi la nostra presenza fieristica all'estero è ancora insufficiente rispetto alle potenzialità del sistema produttivo», conclude Danese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Aefi**  
Maurizio Danese  
presidente  
Associazione  
esposizioni  
fiere  
italiane



**L'agenda domestica**

Manifestazioni nazionali nel 2023

06901



**23**  
Rassegne nazionali



**... e quella globale**

Manifestazioni internazionali in Italia nel 2023

06901



**33**  
Eventi internazionali

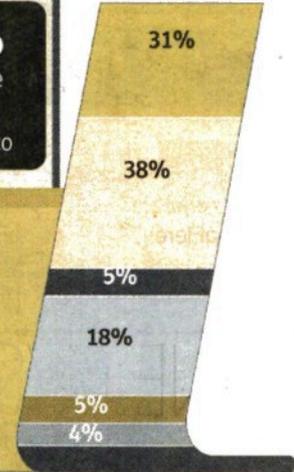
**+0,7%**  
L'impatto annuale sul Pil generato dal sistema fieristico

**Le previsioni**

Che cosa si aspettano le aziende dal sistema fieristico in termini di profitto nel 2023 rispetto al 2019.

Dati globali

- In crescita sopra il 10%
- Stabile tra -10% e +10%
- Non sa
- Ridotto dell'11-50%
- Ridotto oltre il 50%
- In perdita



**L'impatto microeconomico**

Le extra performance ottenute dalle aziende che fra il 2012 e il 2019 hanno partecipato a fiere (campione: oltre 25 mila imprese espositrici)

**+12,6%**

Fatturato dalle vendite

**+0,7%**

Marginalità lorda (Ebitda)

**+0,9%**

Redditività del patrimonio (Roe)

Fonti: Aefi, Prometeia; Ufi

Pparra