ItaliaOggi
08-GIU-2023
da pag. 17 / foglio 1 / 2
Quotidiano - Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi
Tiratura: 20256 Diffusione: 17529 Lettori: 74000 (0006901)
DATA STAMPA
www.datastampa.it

La proposta dell'Aefi, l'associazione che riunisce i maggiori organizzatori di manifestazioni

06901 06901

Fiere, un'alleanza per l'estero

Settore da 1,4 mld. Fatturato internazionale solo al 10%

DI MATTEO RIZZI

Un'alleanza strategica tra le fiere italiane per crescere all'estero. Al fine di rafforzare la posizione del Made in Italy nel settore fieristico globale arriva il progetto Club deal, una piattaforma nazionale dedicata al settore fieristico italiano. L'obiettivo è duplice: favorire la crescita delle esportazioni e consolidare la posizione dell'Italia come quarta industria fieristica mondiale, anche grazie a finanziamenti che sostengano lo sviluppo del Made in Italy. La piattaforma sarà gestita da una regia unica, condivisa da tutti gli attori del settore, fornendo loro la possibilità di partecipare liberamente a iniziative comuni. Le opportunità saranno suddivise per filiere, in modo che le aziende possano adottare strategie di mercato specifiche e massimizzare il proprio potenziale.

L'idea è stata presentata dall'Associazione esposizioni e fiere italiane (Aefi), organizzazione che rappresenta 50 associati con 42 quartieri fieristici, dove si svolgono oltre 1000 manifestazioni all'anno, su una superficie espositiva totale di 4,2 milioni di metri quadrati e 10 organizzatori. Il progetto si basa su uno studio realizzato da Roland Berger ed è stato presentato ieri al Tempio di Adriano a Roma in occasione della Giornata mondiale delle fiere e del 40° anniversario dell'associazione, alla presenza della ministra del Turismo **Daniela Santanchè** e del ministro delle Imprese e del Made in Italy, **Adolfo Urso**.

Il settore vanta una capacità elevata, con tanti eventi leader e fortemente internazionali rispetto ai competitor stranieri, ma con un potenziale ancora inespresso all'estero, come riporta lo studio di Roland Berger. Il sistema fieristico italiano è infatti molto frammentato, i primi 4 player detengono circa il 35% della capacità produttiva totale (e rappresentano oltre la metà del valore del mercato), con numerosi altri poli fieristici più piccoli (41 player che si dividono il restante 65%). Un'altra caratteristica delle fiere italiane riguarda le logiche legate al «real estate», mentre molti player tedeschi sono riusciti a svilupparsi all'estero come i Global organizers. Inoltre, in Italia i contributi delle istituzioni sono concentrati principalmente sugli eventi, mentre in Germania le misure sono principalmente dirette al rafforzamento degli attori.

«**Il settore fieristico italiano,** che conta 190 imprese e impiega 3700 addetti, genera un valore annuo di 1,4 miliardi di euro. È uno straordinario motore di crescita per le imprese del Made in Italy, ma è ancora poco presente all'estero, dove le aziende italiane generano in media meno del 10% del loro fatturato complessivo. Per questo motivo, la sfida nel medio termine consiste nella creazione di uno strumento in grado di favorire la crescita delle fiere italiane leader al di fuori dei confini nazionali», ha sottolineato il presidente di Aefi **Maurizio Danese**. «L'obiettivo è quello di accompagnare le imprese italiane nel mondo sotto un'unica bandiera e colmare il divario internazionale del nostro sistema fieristico, portandolo a livello di Francia e Germania, dove le fiere all'estero generano quasi il 30% del fatturato complessivo».

Le fiere sono uno strumento a basso costo in grado di fornire un'elevata esposizione verso l'estero grazie agli eventi internazionali leader organizzati in Italia, secondo **Francesco Calvi Parisetti**, partner di Roland Berger Italia. «Da un lato, è fondamentale continuare a sostenere le manifestazioni nel nostro paese, ma dall'altro diventa sempre più cruciale promuovere la presenza internazionale degli attori del settore al di fuori dei confini nazionali». Le fiere, quindi, possono essere considerate una leva di politica industriale per il paese, a supporto delle filiere d'eccellenza del Made in Italy.

Da non sottovalutare nel mercato interno, invece, l'impatto che il turismo fieristico ha sull'economia del paese. Il settore genera un valore di produzione superiore ai 10 miliardi di euro all'anno, contribuendo con un valore aggiunto di 4,8 miliardi di euro e fornendo occupazione a circa 90 mila addetti, secondo i dati presentati sempre ieri frutto del rapporto Prometeia-Aefi. Ogni euro speso dai visitatori delle fiere genera 2,4 euro di produzione e 1,1 euro di valore aggiunto per l'economia turistica nazionale.

I viaggi legati a questo settore generano una spesa annuale di beni e servizi turistici pari a 4,25 miliardi di euro all'anno (di cui 204 milioni di euro rappresentano imposte al consumo), creando un valore aggiunto di quasi 2 miliardi di euro. A ciò si aggiungono 1,5 miliardi di euro di Pil correlati all'impatto indiretto sulle imprese coinvolte nella catena di approvvigionamento turistico e un beneficio indotto derivante dai consumi dei lavoratori della filiera che ammonta a 1,4 miliardi di euro di valore aggiunto.

Secondo le stime di Prometeia, il turismo fieristico rappresenta il 4% della spesa turistica totale in Italia, grazie ai 20 milioni di visitatori registrati ogni anno (corrispondenti al 2,5% del totale dei viaggi turistici in Italia).

«Il turismo fieristico conferma di essere una leva ad alto valore aggiunto, in grado di crescere ulteriormente in modo proporzionale allo sviluppo delle nostre manifestazioni», ha affermato il presidente di Aefi. Tuttavia, affinché ciò avvenga, «è necessario che ognuno faccia la propria parte: dalle amministrazioni locali agli esercenti, tutti devono contribuire a migliorare i servizi, la logistica e l'ospitalità».

© Riproduzione riservata

Superficie 59 %

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1601 - T.1601

ItaliaOggi
Quotidiano - Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi
Tiratura: 20256 Diffusione: 17529 Lettori: 74000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

Maurizio Danese

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1601 - T.1601