

# RAPPORTI

## FIERE

LO SCENARIO

# Più forza sui mercati esteri per tornare ai livelli pre-Covid

## Il presidente Danese: «Il traguardo è vicino, ma se vogliamo crescere davvero la ricetta è puntare sull'internazionalizzazione». Nel 2024 obiettivo 200 mila espositori e 20 milioni di visitatori

Vito de Ceglia

«La prospettiva di agganciare i numeri del 2019 è fissata per il 2024». Più che una certezza è un auspicio quello di Maurizio Danese, ad di Veronafi, riconfermato con voto unanime a inizio dicembre alla guida di Aefi, l'associazione di riferimento dell'industria fieristica italiana. «I segnali incoraggianti ci sono, come testimoniano i dati del 2023 degli espositori fieristici (quasi 125 mila) e dei visitatori (circa 18 milioni), in crescita del 20% rispetto al 2022 e del 4% rispetto al benchmark 2019, anno pre-Covid. Così come è evidente il recupero della superficie espositiva impiegata lo scorso anno dalle fiere, il 10% in più sul 2022 ma ancora il 10% in meno sul 2019», aggiunge Danese.

Tutti dati che certificano la ripresa del sistema fieristico dopo la lunga (e traumatica) stagione pandemica, segnata nel momento più buio dell'emergenza da un blocco temporaneo di tutte le attività e da ricavi quasi azzerati. «Quel periodo difficile è alle spalle, però il livello di guardia resta alto perché i rischi geopolitici potrebbero verificarsi all'improvviso con effetti negativi sull'economia e di riflesso sulle fiere», ammette il presidente. Per pareggiare i conti con il passato, il calendario fieristico riparte nel 2024 da 483 manifestazioni tra internazionali (267) e

nazionali (216), a cui si aggiungono 400 fiere regionali e locali, distribuite su una superficie espositiva con una capacità di 4.200.000 mq (2.361.000 coperti). Le stime di Aefi puntano a raggiungere i numeri del 2019: 200mila espositori, di cui 98mila internazionali, il 28% in arrivo dall'estero; 20 milioni di visitatori totali, di cui 13 milioni stranieri.

«Numeri a parte, la vera sfida della nostra industria sarà quella di rinnovarsi. E per farlo dobbiamo essere uniti, migliorare la capacità di proiettarci sui mercati internazionali e ridurre la frammentazione attraverso alleanze strategiche fondate sui prodotti», rilancia Danese.

La strada è stata tracciata a giugno quando Aefi, in occasione della giornata mondiale delle fiere e dei 40 anni dell'associazione, ha lanciato una «call of action» rivolta al governo e ai propri associati per favorire il salto di qualità del comparto. Per la stesura del documento, lo spunto è arrivato dallo studio realizzato da Roland Berger per conto di Aefi, in cui vengono messi a nudo i punti di forza e di debolezza dell'industria di settore costituita da 190 imprese, fra quartieri fieristici e organizzatori, 3.700 addetti e un giro di affari da 1,4 miliardi di euro l'anno. Lo studio conferma che le fiere rappresentano uno «straordinario strumento» di crescita per le nostre imprese, evidenziando tuttavia che

sono ancora oggi poco presenti all'estero: i primi 4 attori italiani sviluppano meno del 10% dei loro ricavi complessivi contro il 26% dei primi 3 operatori francesi e il 27% dei primi 7 operatori tedeschi.

Per invertire la rotta, secondo Danese, la ricetta passa giocoforza dall'internazionalizzazione. «La nostra proposta – dice – è sul tavolo del governo e consiste, già nel medio termine, nella creazione di una piattaforma («Club deal»), aperta a tutte le manifestazioni internazionali leader del prodotto-Italia con un duplice obiettivo: incentivare la crescita dell'export e consolidare la presenza oltreconfine della quarta industria fieristica mondiale anche grazie a finanziamenti a supporto dello sviluppo del brand Italia. Una regia unica, concertata con il governo, coordinata e condivisa da tutti i player che saranno liberi di partecipare o meno a iniziative, anche comuni e suddivise per filiere, in funzione delle loro scelte di portafoglio».

Un esempio pratico? «L'accordo



Superficie 73 %

che BolognaFiere ha realizzato con Informa Markets per utilizzare le sue strutture nel mondo e vendere il prodotto Cosmoprof. Ma non è l'unica strada percorribile, abbiamo altri progetti in campo», risponde Danese. Nel frattempo, Aefi ha modificato il proprio statuto aprendo la compagine associativa agli organizzatori di grandi eventi. Prova ne è la recente crescita dei nuovi soci: oltre ai 40 tra i principali quartieri fieristici italiani si sono aggiunti 13 organizzatori di eventi senza quartiere in rappresentanza dei diversi comparti

del made in Italy. «Presto la quota potrebbe salire a 20», anticipa il presidente. Gli step successivi del piano riguardano, oltre all'adesione degli operatori fieristici e delle principali rassegne alla piattaforma "Club deal", l'elaborazione di un programma condiviso con la definizione degli incroci strategici e il matching manifestazioni/Paesi-obiettivo, la quantificazione degli impatti economici e degli investimenti, anche in ottica di acquisizioni, e il coinvolgimento delle istituzioni (ministeri competenti, Ice e Simest).

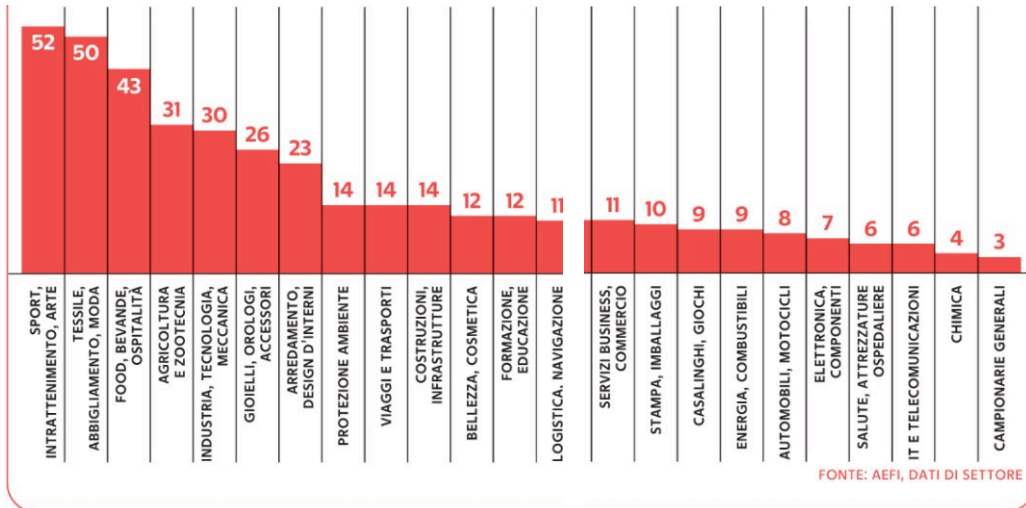
Sul fronte interno, Danese ribadisce infine il ruolo strategico delle fiere in chiave turistica come si evince da uno studio di Prometeia-Aefi. «L'analisi calcola che il comparto attivo direttamente un valore della produzione pari a 8,9 miliardi di euro a cui corrispondono 4,3 miliardi di euro di valore aggiunto e 96 mila addetti, che salgono a 22,5 miliardi di produzione, 10,6 di valore aggiunto e 203 mila occupati se si considerano anche gli impatti indiretti e indotti», conclude Danese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**INUMERI**

**LE MANIFESTAZIONI ITALIANE INTERNAZIONALI NEL 2024  
IL PROGRAMMA NUMERICO PER SETTORI PRINCIPALI**



**IL PERSONAGGIO  
MAURIZIO DANESE**



**PRESIDENTE AEFI**  
Associazione Esposizioni e Fiere Italiane



LUCA PONTI / FOTOGRAMMA

① I dati certificano la ripresa del sistema fieristico dopo la frenata per la pandemia