

Il passaporto per l'export? Le fiere internazionali

Raffaello Napoleone, presidente di IT-EX, racconta la missione dell'associazione nata per promuovere nel mondo il sistema fieristico italiano, occasione di accesso ai mercati esteri per migliaia di Pmi

di Riccardo Venturi

È LA NUOVA ASSOCIAZIONE DELLE FIERE ITALIANE A VALENZA INTERNAZIONALE, NATA A FEBBRAIO DELL'ANNO SCORSO CON L'OBIETTIVO DI SUPPORTARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL SISTEMA FIERISTICO ITALIANO.

IT-EX, di cui **Fondazione Fiera Milano** è socio fondatore, rappresenta manifestazioni capaci di generare oltre 40 miliardi di euro di business, nelle quali arrivano dall'estero 700mila visitatori (il 53% del totale) e 27mila aziende espositrici (il 67%). «Il 43% degli espositori italiani è costituito da imprese dai 10 ai 49 dipendenti. Le fiere internazionali per molte di loro rappresentano la sola concreta possibilità di trovare la via dell'export» dice **Raffaello Napoleone**, presidente di IT-EX, in questa intervista a Economy.

Chi rappresenta IT-EX, e quali sono i suoi obiettivi?

Le organizzazioni che ne fanno parte sono quelle di riferimento, colonna vertebrale del sistema produttivo internazionale più forte del nostro Paese. Il nostro orizzonte principale è quello di garantire alle fiere italiane di valenza internazionale il maggior tipo di rappresentatività, mettendole anche nelle condizioni di poter competere sui mercati esteri. Questo in maniera il più possibile coerente con le esigenze dei singoli settori: dalla nautica alla meccanica, dalla moda

all'artigianato. In una fase complessa come questa, le manifestazioni di carattere e posizionamento internazionale sono diventate gli appuntamenti indispensabili per mettere insieme tutta la comunità di un settore, l'unico momento che consente di avere una visione complessiva.

Come si gioca la grande partita dell'internazionalità nelle fiere?

Non tanto e non solo sulla matrice internazionale delle aziende, ma sempre più anche sulla presenza degli espositori internazionali significativi, che siano europei o extraeuropei. Tutto quello che succede nelle città in cui si svolgono le manifestazioni, poi, è determinante per l'indotto che viene prodotto: ospitalità, ristorazione, trasporto, commercio, pubblicità, servizi, allestimenti, infrastrutture, tecnologie pubbliche d'azione, stampa... Non c'è nessun altro sistema - io lo definisco comunque industriale, l'industria delle fiere per certi versi - che riesce a coinvolgere sotto lo stesso tetto tutti questi sistemi di rappresentazione. È un fatto oggettivo.

Quale l'importanza di questo mondo per le Pmi?

Le fiere, in particolare quelle con carattere internazionale, sono la vera porta di accesso ai mercati esteri per la maggior parte delle piccole imprese italiane. Non c'è

altra strada. Un'azienda che fattura sotto i 10 milioni, magari come spesso accade meno di 5, fa molta fatica a essere presente sui mercati esteri. Il piccolo imprenditore spesso e volentieri segue la produzione, la distribuzione, tutti gli aspetti formali, amministrativi e legali. D'altra parte, andare sui mercati esteri è spesso una necessità vitale, tanto più in una fase difficile come questa. In molti settori si stanno ripensando e reimpostando i sistemi di distribuzione sui mercati internazionali, anche alla luce dei sistemi che possiamo oggi utilizzare, penso all'informatica e non solo, che danno la possibilità di tagliare i costi in modo importante, per poter mantenere dei margini che siano interessanti.

Perché le fiere, specie quelle italiane,



Raffaello Napoleone, presidente di IT-EX

restano imprescindibili?

Perché rappresentano l'unico momento in cui è possibile fare il punto della situazione, lo stato dell'arte di quello che sta succedendo in un settore in un certo periodo. Se lo si fa da soli, comunque sia per quanto forti si possa essere il rischio è quello di una specie di autocelebrazione; se invece lo si fa in un sistema che è ben calibrato, ben governato da chi organizza le fiere, allora è ben diverso. Siamo il sistema fieristico di comparti produttivi leader che fanno del nostro paese uno dei primi sette paesi industriali del mondo: vanno rappresentati in comunità, perché quasi mai si riesce a rappresentarsi da soli. La nostra comunità industriale che si riunisce riesce poi in qualche modo ad attrarre i mercati più significativi da tutto il mondo. Questo senza nulla togliere agli

appuntamenti che vengono fatti anche all'estero.

DS6901

DS6901

Quindi partecipare alle fiere significa anche avere il vero polso della situazione dei propri mercati di riferimento.

Siamo la rappresentazione più evidente dei tanti e profondi cambiamenti sociali in corso, nettamente la sintesi migliore: possono esserci sociologi che ci lavorano, letteratura che sostiene e supporta, convegni; ma quando si va a una fiera si vedono le cose come vanno realmente, come funzionano, quanta gente viene, e così si capisce se si è nel giusto o meno. Forti di questo, dobbiamo essere sempre più attrattivi verso gli espositori, verso i visitatori esteri, quindi espanderci, visto che abbiamo una capacità e un gusto del fare superiore a molte altre nazioni. Dobbiamo portare le nostre organizzazioni anche all'estero, però allo stesso tempo fare in modo che ci sia, e questo è un grande problema, un sistema di accoglienza sempre più accattivante in Italia.

Ci sono criticità da questo punto di vista?

Basti pensare a cosa succederà in una città importante come Milano l'anno prossimo per le Olimpiadi, che poi non sono una ma sono due Olimpiadi, ci sono i giochi paralimpici e poi le Olimpiadi invernali classiche, che si svolgono in più città. Città bloccate, spazi opzionati per il pubblico che viene per le Olimpiadi, ma contemporaneamente fiere che devono comunque svolgersi. C'è tutta una complessità nella quale la nostra associazione gioca un ruolo molto importante di mediazione, di relazione e soprattutto di sostegno, come dicevo prima, determinante per tutti i territori in cui si svolgono le fiere.

C'è stata una stagione, dopo la pandemia, in cui si è spostato il fenomeno fiera su un

piano virtuale. Quella stagione è completamente superata?

Le rispondo molto rapidamente: la realtà è che quella stagione, che è stata inevitabile perché le fiere erano chiuse per legge, ci ha insegnato che le fiere funzionano per rapporto diretto e fisico, non ci sono santi. L'aspetto digitale sappiamo quanto sia importante in moltissimi settori, ma per quanto si possa arrivare a una sofisticazione tecnologica fenomenale, nel momento in cui si vuole mettere in piedi un business importante, e in qualche modo sostenere l'organizzazione distributiva, commerciale o produttiva, c'è bisogno del contatto diretto.

C'è la consapevolezza da parte del sistema Italia e anche da parte delle istituzioni, governo incluso, dell'importanza cruciale di questo comparto?

Absolutamente sì. Il Maeci, un tempo Ministero degli Affari Esteri, adesso anche della Cooperazione Internazionale, il cui ministro è Antonio Tajani, lo scorso 21 marzo ha presentato il piano d'azione per l'export italiano, nei mercati extra-UE e ad alto potenziale, ma nello stesso tempo con una grande attenzione a quelli che sono i mercati e le fiere in particolare qui in Italia. Perché, come dicevo prima, la rappresentatività che si riesce a portare all'estero in un paese come il nostro, che è di grande matrice manifatturiera, non è mai così completa come quando lo si fa a sostegno delle nostre imprese qui in Italia. L'Istituto Commercio con l'Estero svolge attività promozionali anche con la piccola e media impresa, attraverso manifestazioni all'estero. A questo si aggiunge la preziosa attività di sostegno da parte del Ministero delle Imprese e del Made in Italy. Ecco che l'obiettivo di salire dagli attuali 660 miliardi di euro di export a 700 appare realisticamente raggiungibile.

“

**ANDARE SUI MERCATI
ESTERI È UNA
NECESSITÀ VITALE,
TANTO PIÙ
IN UNA FASE
DIFFICILE
COME QUELLA
ATTUALE**