

L'ITALIA DELLE FIERE PIÙ ESTERO & INCENTIVI PER IL RILANCIO LA SPINTA CHE SERVE (ANCHE ALLE PMI)

Aefi e Prometeia avvertono: l'export gap è ancora troppo elevato. «Sfruttare le manifestazioni come leva di sviluppo e competitività», dice Danese, presidente di Aefi

Le aree su cui intervenire: uscire dai confini, norme più semplici, adeguare le infrastrutture e introdurre bonus per agevolare i piccoli

di **ANDREA SALVADORI**

Le fiere italiane si confermano uno degli strumenti più strategici per l'economia del Paese e per il rilancio del Made in Italy sui mercati internazionali. Il comparto fieristico del Bel Paese genera oggi, in termini economici e includendo il settore congressuale, un fatturato annuo di 4 miliardi di euro, con quasi 17.000 addetti impiegati direttamente. Terzo mercato in Europa per valore della produzione, si posiziona dopo Germania (11,4 miliardi) e Francia (5,5 miliardi), e davanti alla Spagna (2,7 miliardi). Un'infrastruttura industriale che si rivela essenziale, soprattutto alla luce del legame con cinque filiere chiave (agroalimentare, tecnologia, moda e bellezza, edilizia-arredo, tempo libero), da cui provengono il 63% dell'export nazionale e il 30% della produzione italiana. Ad evidenziarlo è il primo «Libro Bianco sul sistema fieristico italiano», un'analisi promossa da Aefi (Associazione esposizioni e fiere italiane) e redatto in collaborazione con Prometeia.

Luci e ombre

Secondo il «Libro», il sistema ha dimostrato una forte capacità di recupero dopo la crisi pandemica. Tra il 2021 e il 2024, le filiere collegate alle fiere hanno registrato una crescita media annua del 9% a prezzi correnti (anche grazie alle spinte inflazionistiche), superando i livelli pre-Covid. Tuttavia, le previsioni al 2030 indicano un rallentamento della dinamica, considerando il persistere delle incertezze di carattere geopolitico e commerciale, a partire dai dazi: la crescita media annua delle filiere dovrebbe assestarsi intorno al 2%, mentre quella del settore fieristico rischia di fermarsi all'1%, se non saranno adottate misure adeguate.

Il quadro diventa più critico se si osserva il cosiddetto «export gap», ovvero la differenza tra la domanda potenziale e la capacità effettiva delle

imprese italiane di soddisfarla. Secondo le stime di Prometeia, questo divario ha raggiunto il 13% negli ultimi dieci anni, pari a oltre 37 miliardi di euro di export non realizzato. Senza interventi strutturali, potrebbe ampliarsi fino al 18% entro il 2030.

«Abbiamo analizzato l'impatto moltiplicatore del sistema fieristico. Le aziende che partecipano alle fiere crescono di più e meglio di quelle che ne restano fuori. Questo vantaggio competitivo va sfruttato pienamente, anche come leva per l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese», spiega Maurizio Danese, presidente di Aefi.

Il piano d'azione

Il «Libro Bianco» evidenzia inoltre il crescente ruolo internazionale delle fiere italiane. Il 90% degli eventi organizzati all'estero nel biennio 2024-2025 si tiene in uno dei 30 (e più) mercati strategici individuati dal governo nel piano d'azione per l'export italiano nei mercati extra-Ue, annunciato lo scorso marzo: dall'America al Medio Oriente, dall'Asia all'Africa. Nonostante questi risultati, la sfida principale per accelerare la crescita rimane proprio l'internazionalizzazione, considerando che il volume d'affari generato dai quartieri fieristici italiani all'estero è ancora molto inferiore rispetto a quello di Paesi come Francia e Germania.

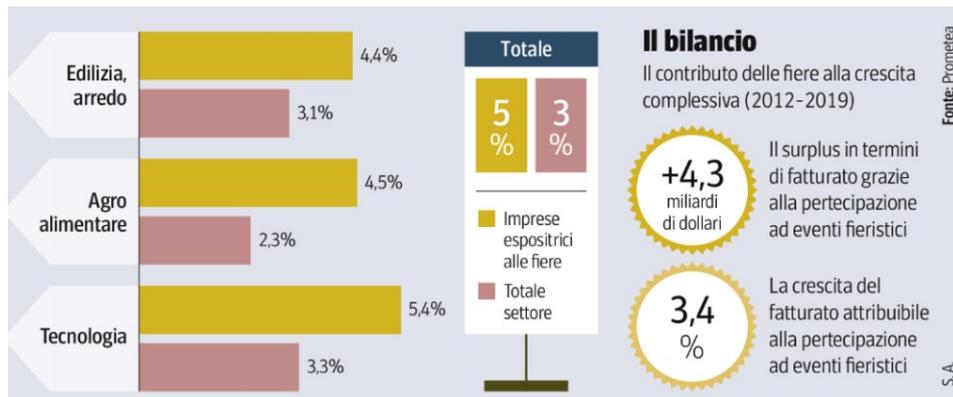
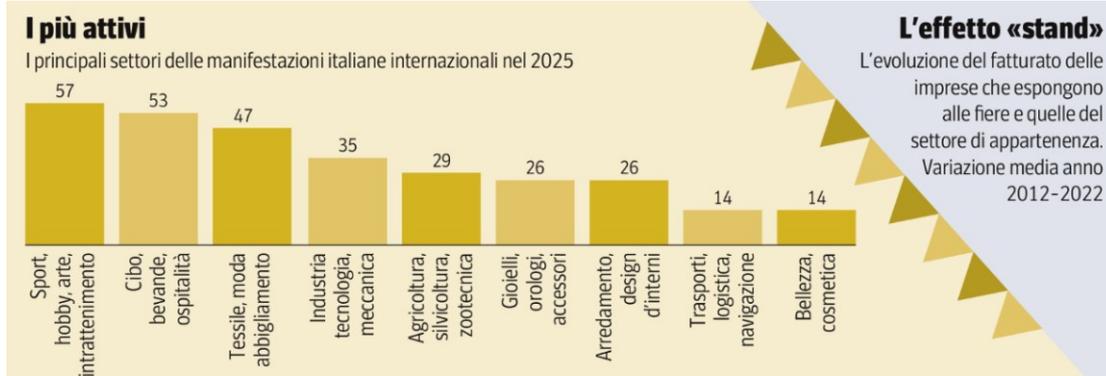
Per colmare i divari rispetto ai competitor europei e valorizzare il potenziale del settore fieristico italiano, Aefi indica quattro aree prioritarie di intervento: il rafforzamento della presenza all'estero (attraverso l'ampliamento del Fondo per l'internazionalizzazione, con più risorse a fondo perduto per iniziative sui mercati extraeuropei, e strumenti per accordi tra fiere italiane già presenti all'estero e brand fieristici meno strutturati); la semplificazione normativa e fiscale; l'adeguamento delle infrastrutture fieristiche per rendere i quartieri sempre più competitivi e attrattivi per il mercato; e infine l'introduzione di incentivi per aumentare l'adesione delle Pmi, come un Bonus fiere strutturale destinato alle aziende che non hanno partecipato alle manifestazioni fieristiche nell'anno precedente.

«Le fiere sono uno strumento di politica indu-



striale che crea valore aggiunto. Ora è il momento di passare all'azione: bisogna liberare i legacci che ne frenano il potenziale e renderle un vettore attivo del Sistema Paese — conclude Maurizio Danese —. Il nostro obiettivo è mettere a punto un vero piano industriale per le fiere, per permettere loro di operare con strumenti all'altezza delle sfide globali. Con il "Libro Bianco" vogliamo chiamare i decisori politico-istituzionali all'azione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alla guida Maurizio Danese, alla guida di Aefi