

RAPPORTI
FIERE

DS6901

DS6901

Un volano per internazionalizzare le Pmi

Cresce l'interesse per mercati alternativi come Indonesia, Vietnam e Thailandia

In un contesto globale instabile, segnato da tensioni geopolitiche, nuove barriere commerciali e un ridisegno delle catene del valore, per le aziende italiane - anche di piccole e medie dimensioni - puntare sull'internazionalizzazione resta una leva strategica per la competitività. In questo scenario, le fiere internazionali giocano un ruolo cruciale per l'accesso a nuovi mercati. Lo confermano i dati dell'ultimo report del Centro Studi It-Ex, l'associazione delle fiere internazionali italiane: tra le imprese espositrici, l'89% esporta, contro una media nazionale ferma al 22,3%.

Inoltre, queste aziende realizzano il 39% del proprio fatturato oltreconfine, più del doppio rispetto al resto del tessuto produttivo. L'81% degli espositori considera la fiera un attivatore concreto per l'export. «Le fiere rappresentano lo strumento principale per accedere ai mercati internazionali, soprattutto per le piccole e medie imprese», spiega Raffaello Napoleone, presidente di It-Ex.

«Generalmente le Pmi non hanno, come i grandi gruppi, showroom, uffici o rappresentanze sparse nel mondo. Partecipare a

una fiera ben organizzata, riconosciuta e internazionale consente in pochi giorni di ottenere una visione chiara dei mercati, costruire relazioni e adattare subito le strategie aziendali». Con l'emergere di nuove dinamiche nei rapporti con Stati Uniti e Cina, e la crescente incertezza legata a dazi e instabilità geopolitica, le fiere si rivelano anche strumenti per esplorare mercati alternativi. «Pensiamo all'Indonesia: oltre 450 milioni di abitanti, potere d'acquisto in crescita e interesse crescente per i prodotti europei», osserva Napoleone. «Ci siamo stati di recente per studiarne le dinamiche. Altri mercati emergenti come Vietnam e Thailandia offrono alternative interessanti». In parallelo, It-Ex guarda al mondo per migliorare la propria offerta. «Stiamo costruendo un benchmarking strutturato con le altre grandi associazioni fieristiche globali», spiega Napoleone. «Per la prima volta, analizziamo dati, strumenti e modelli operativi delle fiere in Europa, Asia e America per capire su quali direttrici crescere e offrire un servizio più efficace ai nostri 19 associati - 18 organizzatori fieristici e Fondazione Fiera Milano». - s.d.p.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

