



Il potere delle fiere

Quello delle esposizioni italiane è un comparto solido e in crescita, che può portare benessere economico a tutto il Paese

di **Dario Ducasse**

In tutto il mondo il sei giugno scorso è stata festeggiata la Giornata Mondiale delle Fiere: si tratta di un momento di “celebrazione” ma soprattutto di riflessione per il mondo delle esposizioni, che approfitta per far conoscere ai non addetti ai lavori le potenzialità delle manifestazioni, in particolare, ovviamente poi di quelle italiane, sottolineandone l’impatto positivo sull’occupazione, sulle attività economiche, sull’innovazione, sugli investimenti locali e per evidenziare come le fiere rappresentino anche un luogo di incontro e confronto e un polo di lancio per la creatività e il talento. Quest’anno, in particolare, poi la giornata è stata occasione per presentare globalmente eventi legati al tema “The Power of Exhibitions”, ovvero il “potere” delle Fiere. Il comparto a livello mondiale è un vero motore di sviluppo, confermato anche

dai numeri: secondo i dati UFI (The Global Association for the Exhibition Industry), sono 98 i miliardi di euro di spesa di espositori e visitatori e 680.000 le persone occupate che salgono a 1,8 milioni considerando l’indotto come trasporti, ricettività, ristorazione.

A questo va aggiunto come, da studi effettuati anche nel nostro Paese, e che trovano conferma nella recente analisi sul commercio internazionale realizzata sempre da UFI a livello mondiale, 1 euro investito nelle fiere genera 2 euro di indotto diretto e 8 euro di indotto indiretto.

Insomma si capisce come si stia parlando di un “affare” che coinvolge o può coinvolgere diverse realtà, turistiche e logistiche, ma non solo. E in occasione della giornata di celebrazione, anche AEFI (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane) ha pensato di mettere in scena a Roma, nel-

L'economia italiana ha sempre avuto nelle fiere un elemento dinamico di crescita.

The Italian economy has always grown thanks to dynamism of fairs



la splendida cornice della Sala del Tempio di Adriano della Camera di Commercio capitolina, un grande evento sul tema della capacità economica del comparto fieristico e intitolato appunto “La Forza delle Fiere Italiane”.

Diffondere le nostre eccellenze

Dice il Presidente di AEFI, **Ettore Riello**: «Ogni anno, in tutto il mondo, vanno in scena 31.000 eventi fieristici coinvolgono 260 milioni di visitatori e 4.400.000 imprese espositrici. Uno scenario nel quale siamo fieri di dire che anche l'Italia è protagonista: infatti è ad oggi al secondo posto in Europa e quarta a livello mondiale. Con circa 1.000 manifestazioni a calendario entro la fine del 2018, di cui 209 internazionali, il settore ha un peso rilevante nell'economia italiana. Per quanto riguarda l'economia della Penisola le fiere italiane sono dunque un asset straordinario: basti sottolineare che generano affari per 60 miliardi di euro dando origine al 50% dell'export delle aziende italiane che vi partecipano. Inoltre per il 75,3% delle piccole e medie imprese italiane le fiere sono uno strumento fondamentale di sviluppo. Sarebbe riduttivo però – ha sottolineato Riello – parlare del ruolo delle fiere, in Italia e nel mondo, considerandone solo l'aspetto economico. La valenza del loro operare va ben oltre e contribuisce alla diffusione dei nostri valori, delle nostre eccellenze, della creatività italiana che tutto il mondo ci invidia. Ecco perché la Giornata Mondiale delle Fiere rappresenta anche un'occasione per fare il punto su un comparto solido che offre anche numerose opportunità di carriera. Un comparto in continua evoluzione che, nonostante qualche situazione di difficoltà, sa innovarsi e innovare, adeguandosi ai cambiamenti del mercato e dei consumatori, cogliendo le opportunità offerte dal mondo digitale per estendere il potenziale dell'evento oltre il momento espositivo. A questo va aggiunto il fatto che, secondo UFI, oltre il 70% dei quartieri e organizzatori di manifestazioni sta sviluppando nuove attività proprio per andare incontro a un mercato in continuo cambiamento, anche e soprattutto dal punto di vista geopolitico. L'escalation del protezionismo rischia



Ettore Riello,
Presidente di AEFI.
Ettore Riello,
President of AEFI

di schiacciare la nostra economia, che in questo momento cresce grazie alle vendite all'estero, con manovre che potrebbero pesare per 3 punti sull'export. Basti pensare che solo con l'Iran, con il quale siamo stati tra i primi a firmare un protocollo d'intesa, il nostro Paese ha diversi miliardi di export a rischio. In quest'ottica globale è comunque innegabile che le fiere siano un booster per le nostre imprese e la nostra economia. E noi come AEFI da sempre sosteniamo la necessità di “fare sistema” in Italia per essere forti e competitivi. In quest'ottica collaboriamo con associazioni e organizzazioni sia a livello nazionale che internazionale con l'obiettivo di costruire alleanze per fare sinergie. Per questo motivo – ha concluso Riello – AEFI è sempre più attiva nelle iniziative volte all'internazionalizzazione delle fiere e delle aziende che vi partecipano, grazie anche al lavoro di una “Commissione” dedicata per cogliere le nuove opportunità sul mercato mondiale ed adattarsi con flessibilità ad un contesto profondamente mutevole. Ma anche con partner istituzionali e di rilievo come l'Agenzia ICE, SACE e SIMEST, con la convinzione che le fiere rappresentino una grande opportunità di crescita soprattutto in un momento così complesso per il nostro Made in Italy, che ha ancora molta strada da fare per vedere concretizzato tutto il suo potenziale».

«Il rapporto dell'ICE con il sistema italiano delle fiere», aggiunge a tale proposito **Michele Scannavini**, Presidente dell'Agenzia ICE, «è, e continua ad essere, un asse prioritario della promozione a sostegno dell'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese italiane. Nel 2017, l'ICE ha supportato 50 fiere, le più rappresentative del Made in Italy nei rispettivi settori, coinvolgendo 5.700 operatori stranieri e realizzando 52.000 incontri

Giulio Sapelli, professore di Storia Economica all'Università degli Studi di Milano.
Giulio Sapelli, professor of Economic History at Università degli Studi of Milan



b2b. Quest'anno l'obiettivo sarà superare i 6mila operatori stranieri con un potenziamento del numero di incontri d'affari. Contiamo anche di rafforzare la collaborazione con le singole manifestazioni per migliorare la loro visibilità all'estero».

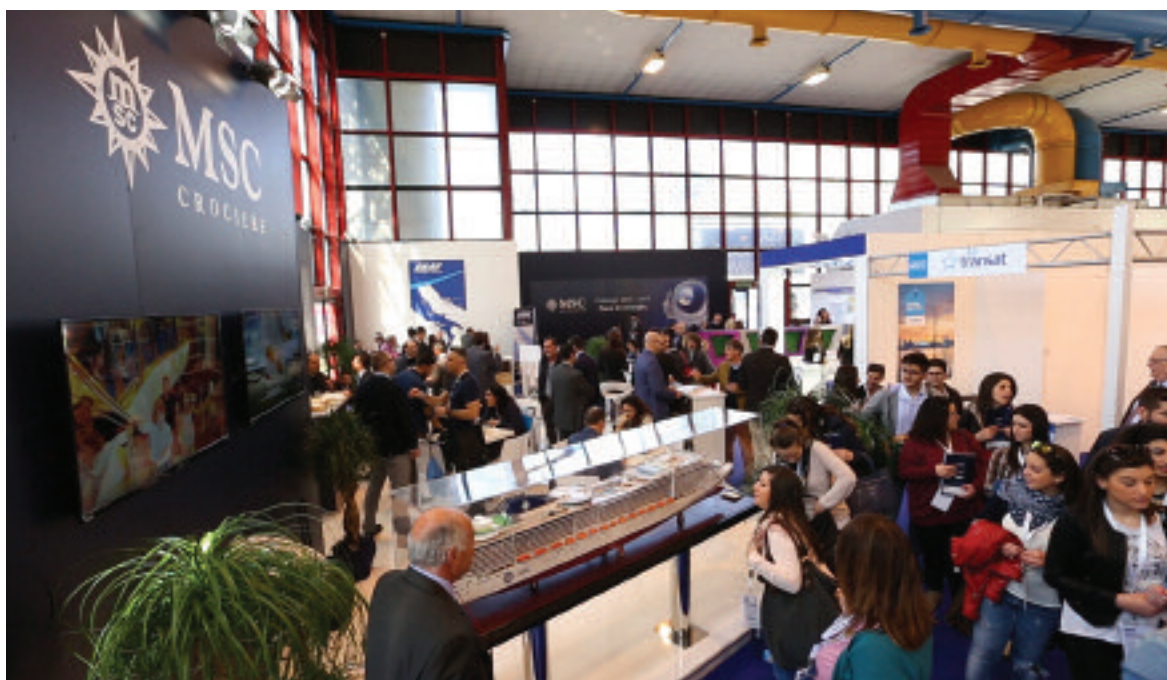
In evoluzione e all'avanguardia

Durante l'evento "La Forza delle Fiere Italiane" è stata presentata, ad addetti ai lavori e stakeholders, la relazione predisposta ad hoc dagli esperti dell'Università degli Studi di Milano e intitolata "Le fiere italiane come polo di lancio per creatività e talento". Realizzato a cura del professor **Giulio Sapelli**, Ordinario di Storia Economica dell'ateneo meneghino, si tratta di uno studio davvero all'avanguardia che, partendo da un quadro dello scenario macroeconomico attuale, ha illustrato l'importanza del ruolo delle fiere in un contesto geopolitico in continua evoluzione.

«L'economia italiana», spiega Sapelli, «ha

sempre avuto nelle fiere un elemento dinamico di crescita. Il decollo industriale ebbe la sua acme nel primissimo Novecento in corrispondenza con il successo delle cosiddette esposizioni nazionali e da sempre la creazione di reti fieristiche ha coinciso con la crescita dei nostri sistemi economici territoriali. Oggi lo sviluppo delle piccole e medie imprese, coinvolte strutturalmente con la rivoluzione tecnologica in corso nel commercio dei beni materiali e dei capitali, vede le fiere italiane in prima fila per garantire la resilienza della nostra economia. È questo il tema essenziale: l'Italia ha resistito alla crisi mondiale e ha tenuto il punto nella deflazione secolare iniziata con la crisi del primo decennio del 2000 grazie alla continuità che è stata garantita tra produzione, commercializzazione, scambio proprietario di prodotti delle nostre imprese, e soprattutto grazie al sistema fieristico. Un sistema multimodale, con specializzazioni territoriali e diversificazioni commerciali che assicurano la convivenza di più dimensioni e di più formati fieristici».

L'Italia è seconda in Europa per numero di fiere nel 2018.
Italy is at second place, in Europe, with planned events in 2018



Il futuro prossimo delle fiere

A fine settembre la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome ha approvato il Calendario Fieristico Nazionale 2019 che contiene i dati principali delle fiere a carattere internazionale e delle manifestazioni fieristiche di livello nazionale, con l'indicazione di quelle che sono state certificate da istituti e società di certificazione riconosciuti da Accredia, tra cui ISFCert.

Sono ben 200 allora le fiere internazionali previste per il 2019, che sono concentrate principalmente nei settori tessile-abbigliamento-moda (15%), sport-hobby-intrattenimento-arte (12%), gioielli-orologi-accessori (9%), food-bevande-ospitalità (9%) e industria-tecnologia-meccanica (7%). Lombardia, Emilia Romagna e Veneto si confermano invece le regioni nelle quali le rassegne internazionali sono maggiormente localizzate. «AEFI», ha spiegato il presidente Riello, «con i suoi 35 quartieri fieristici associati, nei quali nel 2019 si svolgerà il 96% delle manifestazioni fieristiche nazionali, il 51% delle quali organizzate direttamente, evidenzia ancora una volta l'importanza e la strategicità delle Fiere per l'economia del nostro Paese. Confrontando infatti l'andamento delle manifestazioni italiane internazionali in programma per il 2019 con quelle che si sono svolte nel 2017, anno comparabile per la ciclicità della maggior parte degli eventi, si evidenzia un leggero incremento del numero totale di fiere internazionali, 200 nel 2019 e 194 nel 2017».

Le fiere internazionali in programma in Italia per il 2019

Regione	Numero manifestazioni	% sul totale
Lombardia	67	33,50
Emilia Romagna	39	19,50
Veneto	23	11,50
Toscana	19	9,50
Lazio	15	7,50
Campania	11	5,50
Trentino Alto Adige	9	4,50
Piemonte	8	4,00
Friuli Venezia Giulia	4	2,00
Puglia	4	2,00
Liguria	1	0,50
Totali	200	100,00

(fonte: AEFI)

Sopra (above),
Fabrizio Curci,
CEO Fiera Milano.

In basso, (below),
Lorenzo Cagnoni,
Presidente di Rimini Fiere

Fabrizio Curci, Amministratore Delegato di Fiera Milano, sottolinea lo stretto legame tra fiera e città, intesa come teatro di eventi in grado di promuovere la creatività a livello internazionale: «Il nostro piano quinquennale si basa ad esempio sulla solidità del modello di business, sulle caratteristiche di eccellenza di Fiera Milano, ulteriormente rafforzate dagli investimenti sui quartieri, oltre che sull'attrattività di Milano e la sua internazionalità. Ci focalizzeremo sulla crescita organica delle manifestazioni, su una maggiore penetrazione dei servizi e un efficien-

tamento dei costi. Un altro punto fondamentale del piano sarà poi la valorizzazione delle nostre risorse umane, ele-



mento indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi prefissati».

Infine, secondo **Lorenzo Cagnoni**, Presidente di Rimini Fiere: «Tutto il sistema fieristico italiano deve essere coeso nel volere un sostegno reale da parte del Governo, valorizzando il prodotto italiano nel mondo, nella cornice suggestiva del nostro paese. L'Italia è un paese manifatturiero, agricolo e artigianale: in questo contesto le fiere concorrono nel voler dare una immagine complessiva dei settori integrando la tradizione dei prodotti alla eccellenza della tecnologia caratterizzando così il prestigio del Made in Italy. Non resta che immergersi, lavorativamente parlando, nel creare fiere e congressi che possano essere in grado di rilanciare sempre di più il Paese e la sua economia».



TOURISM SCENARIOS

The power of fairs

The industry of Italian exhibitions is solid and growing, it can bring economic well being to the entire Country **by Dario Ducasse**

Ogni anno nel mondo vanno in scena 31mila fiere che coinvolgono 260 milioni di visitatori. *Every year, all over the world, there are 31.000 fairs that involve 260 million of visitors*

All over the world on the sixth of June the World Day of Exhibitions has been celebrated: it's a moment of "celebration", but especially to think about the world of exhibitions, which takes advantages of this event to let people, not involved in the industry, know the potential of manifestations. In particular, the event has, of course, showed Italian fairs, emphasising the positive impact on employment, economic activities, innovation, local invest-

ments. It has also highlighted how fairs are a meeting and confrontation place and a centre for launching creativity and talent. This year the World Day of Exhibitions was also an opportunity to present globally events linked by the theme "The Power of Exhibitions". Globally, the fair industry is an authentic engine for development, and numbers confirm it: according to the UFI (The Global Association for the Exhibition Industry) data, expenditure of exhibitors



and visitors is € 98 billion, the employed people are 680,000 and they grow to 1.8 millions if we consider the consequent work namely transportation, accommodation, catering. Based on studies conducted also in our Country and that find confirmation in the recent international trade analysis, conducted by UFI worldwide, 1 euro, invested in fairs, generates 2 euros of direct consequent work and 8 euros of indirect consequent work. In short, it's clear that we are talking about

a “business” which involves or can involve different tourist and logistic enterprises, but not only. And, on the occasion of the celebration day, also AEFI (Italian Exhibition and Trade Fair Association) has considered to stage in Rome, in the wonderful scenery of Adriano Temple Room in the Capitolina Chamber of Commerce, a big event on the subject of the economic capacity of the expo industry and entitled indeed “The strength of Italian Fairs”.

Spreading out our excellences

The first to speak was the President of AEFI, **Ettore Riello**: «Every year, all over the world, there are 31,000 fair events that involve 260 million of visitors and 4,400,000 exhibiting companies. A setting where we may say proudly that Italy is one of the main characters: in fact, it's at second place in Europe and fourth in the world still today. With approximately 1,000 planned events by the end of 2018, where 209 of them are international, the industry plays an important role in the Italian economy. Regarding the Italian economy we might say with certainty that Italian fairs are already extraordinary assets: it's sufficient to say that they generate a business of €60 billion and give rise to 50% of the export for Italian companies attending these events. Moreover, fairs are a fundamental tool for the development of the 75,3% of small and medium sized Italian enterprises. However, it would be reductive – as underlined by Riello – to discuss the role of fairs, in Italy and worldwide, considering only the economic aspect. The worth of their work goes far beyond and it contributes to the spreading of our values, excellencies and Italian creativity, which the whole world envies us. That's the reason why this World Day of Fairs represents also an opportunity to take stock of the situation of a solid industry that, in addition, offers numerous career opportunities. An industry in constant evolution, which, despite some difficulties, it's able to be innovative and to innovate, to adapt to the market and to



consumers changes, to take the opportunities offered by digital world in order to extend the event beyond the exhibition moment. It must be added that, according to UFI, more than the 70% of the districts and of the event organisers is developing new activities just to meet the needs of a constantly changing market, also and especially in geopolitical terms. The protectionism escalation risks penalising our economy, that grows in this moment thanks to export sales, with manoeuvres that might affect the export for 3 points. It's enough to consider that only with Iran, with which we were among the first to sign a protocol of intent, our Country has several billion of export at risk. In this global perspective is however undeniable that fairs are a booster for our enterprises and economy. We as AEFI have always supported the necessity to "create a system" in Italy in order to be strong and competitive. In this sense we cooperate with associations and organisations both at national and interna-

Sono 200 le fiere internazionali che si faranno in Italia nel 2019. For 2019 the international fairs planned in Italy are 200

tional level with the aim of building alliances to create synergies. For this reason – concluded Riello –, AEFI is increasingly active in initiatives aimed at the internationalisation of fairs and of companies attending them, thanks to the job of a dedicated "Commission", seizing new opportunities on the global market and adapting itself with flexibility to a profoundly changing context. Along with institutional and important partners such as the Agenzia ICE, SACE and SIMEST, we believe that fairs represent a big growth opportunity. This is especially true in such a complex time for our Made in Italy, that has a long way to go to actualise its full potential».

«The ICE's report with the Italian system of fairs», President of Agenzia ICE said in this regard **Michele Scannavini**, «are and continue to be a priority axis of promotion which supports the internalisation of small and medium sized Italian enterprises. In 2017, the ICE has supported 50 fairs, the most representative of Made in Italy in their respective sectors, involving 5,700 foreign operators and organising 52,000 b2b meetings. This year the target will be to exceed 6 thousand foreign operators with an upgrading of business meetings numbers. We also counting on the cooperation with single events to improve their visibility abroad».

Evolving and at the forefront

During the event "The strength of Italian Fairs" the report prepared ad hoc by experts of The University of Milan and entitled "Italian fairs as center for launching creativity and talent" was introduced to the specialists and the stakeholders of this industry. This research was cutting edge and it was done by the **Giulio Sapelli**, full professor having the chair of History of Economics in the Milanese athenaeum. Starting from a picture of the current macroeconomic context, it has showed the importance of fairs role in a geopolitical context that is continuously evolving.

«The Italian economy», said Sapelli, «has



The next future of fairs

At the end of September the Conference of Regions and Autonomous Provinces approved the National Fair Calendar 2019, which contain the main data of international fairs and national fair events, with the indication of those which have been certified by institutes and companies of certification recognised by Accredia, such as ISFCert.

The international fairs that are planned for 2019 are 200, they are mainly focused in the textile-clothing-fashion industry (15%), sport-hobby-entertainment-art industry (12%), jewellery-watches-accessories industry (9%), food-beverages-hospitality industry (9%) and industry-technology-mechanical industry (7%). Lombardy, Emilia Romagna and Veneto, instead, are confirmed as the regions where the international exhibitions are mainly located. «AEFI», the president Riello said, «with its 35 fair districts associated, where in 2019 will take place the 96% of national fair events, the 51% of which will be directly organised, highlights once again the importance and the strategic nature of Fairs for the economy of our Country. In fact, a comparison of the performance of Italian international events planned in 2019 with those which took place in 2017, a comparable year for the cyclic nature of most events, shows a slight increase of the total number of international fairs, 200 in the 2019 and 194 in the 2017».

The italian fairs generate a business of 60 billion euros

Region	Number of events	%
Lombardia	67	33,50
Emilia Romagna	39	19,50
Veneto	23	11,50
Toscana	19	9,50
Lazio	15	7,50
Campania	11	5,50
Trentino Alto Adige	9	4,50
Piemonte	8	4,00
Friuli Venezia Giulia	4	2,00
Puglia	4	2,00
Liguria	1	0,50
Total	200	100,00

(Source: AEFI)

always grown thanks to dynamism of fairs. The industrial development reached the top in the early twentieth century in line with the success of the so-called national exhibitions. In addition, the creation of fair networks has always coincided with the growth of our economic and territorial systems. Then, the development of small and medium sized enterprises, structurally involved with the ongoing technological revolution in the material goods and capitals trade, saw the Italian fairs in the front row to guarantee the resilience of our economy. This is the key theme: Italy has

withstood the global crisis and has held its position in the secular deflation started with the crisis of the first decade of 2000. This was made possible thanks to the continuity that has been guaranteed between production, marketing, exchange of products owner of our enterprises and especially thanks to the fair system. A multimodal system, with territorial specialisations and commercial diversifications which ensure the coexistence of multidimensional and several fair formats».

In the subsequent debate important agents of the Italian fair industry, such as **Fabrizio Curci**, Chief Executive Officer of Fiera Milano, have spoken. He examined the close link between fair and city, defined as a stage of events, which is able to encourage creativity at international level: «Our five years plan is based, for example, on the solidity of business model, on the characteristic of the excellence of Fiera Milano, that are further strengthened by investments on district, and also on the attractiveness of Milan and its internationality. We will focus on the organic growth of events, on improving the access to services and on the efficiency of costs. Then, another fundamental issue of the plan will be the enhancement of our human resources, an indispensable element for the achievement of prefixed objectives».

Finally, according to **Lorenzo Cagnoni**, President of Rimini Fiere: «The whole Italian fair system should be cohesive to aim at a real support by the Government, promoting the Italian product in the world, in the suggestive setting of our Country».

Italy is a manufacturing, agrarian and artisan Country: in this context fairs contribute to give a total image of sectors integrating the tradition of products to the excellence of technology, thus, characterising the prestige of Made in Italy. All that remains for us to do is to concentrate, speaking in work terms, on making fairs and conferences which may be able to relaunch even more the Country and its economy».