

Webinar “Il Futuro delle fiere” di ICE Agenzia – martedì 23 giugno

Organizzato da ICE Agenzia, il webinar si inserisce nell'ambito de “Il Patto per l'Export” messo a punto dal MAECI e che individua nel sistema fieristico uno dei pilastri fondamentali per il rafforzamento del Made in Italy nei mercati internazionali. Il webinar, focalizzandosi sulle fiere che rimangono centrali per lo sviluppo di transazioni commerciali internazionali e per la creazione di rapporti di fiducia tra operatori economici, ha descritto come l'emergenza ha cambiato e cambierà le prospettive di tali manifestazioni, il loro adattamento verso il digitale, e così via.

Alla video riunione sono intervenuti l' **On. Manlio Di Stefano** - Sottosegretario di Stato al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, la dottoressa **Maria Ines Aronadio**, Direttrice Coordinamento Promozione del Made in Italy, Agenzia ICE, il dr. **Enrico Gallorini**, AD GRS Research & Strategy, la prof. **Francesca Golfetto**, Direttrice Osservatorio Fiere Università Bocconi, la dottoressa **Loredana Sarti**, Segretario Generale AEFI, il dr. **Massimo Goldoni**, Presidente Comitato Fiere Industria, la dottoressa **Patrizia Cecchi**, Direttrice Fiere Italia IEG e il dr. **Thomas Rosolia**, AD KoelnMesse Italia.

Ad aprire i lavori è stato l' **On. Manlio Di Stefano** che ha sottolineato l'importanza di questo ciclo di Webinar “orizzontali” con tematiche di forte interesse per le aziende. Il sistema fieristico italiano è uno strumento strategico di politica industriale e veicolo di presentazione del “Made in Italy” nel mondo che è stato fortemente impattato dall'emergenza Covid. Il Sottosegretario ha ricordato come, attraverso il decreto “cura Italia”, sia stato istituito uno specifico fondo per la promozione integrata contenente una campagna istituzionale straordinaria di promozione del “brand Italia” da 50 milioni di Euro per il rilancio di tutti i settori che veicolerà anche il concetto di Italia quale paese sicuro ove recarsi anche per la visita in sicurezza delle fiere. Il pacchetto di riforme comprende anche la revisione della legge 394/81 istitutiva del fondo rotativo di Simest che permette oggi alle aziende, con finanziamenti a fondo perduto, di svolgere operazione intra UE e la partecipazione a fiere a carattere internazionale. Attraverso ICE-Agenzia, per le fiere, sono già state rimborsate le quote di partecipazione agli eventi cancellati ove erano previste collettive italiane a guida ICE e, per il 2021, verrà messo a disposizione delle aziende un modulo espositivo gratuito. Sono inoltre state promosse alcune minifiere in autunno come nel caso di VinItaly e, sempre tramite ICE, verrà ampliato l'aspetto di attrazione di buyers esteri, soprattutto VIP buyers e influencer con un aumento quantitativo e qualitativo dei buyers stessi. Da ultimo, verrà avviato il canale digitale attraverso una piattaforma che verrà donata al sistema fieristico per estendere le fiere al mondo digitale nella fase post-show.

Saranno avviati tavoli di concertazione con Francia e Germania per coordinare le fiere ed evitare sovrapposizioni. Nel decreto dell'11 giugno è stato statuito il riavvio delle fiere in Italia a partire dal 15 luglio.

Ha preso quindi la parola la dott.ssa **Ines Aronadio**, che ha illustrato nel dettaglio le attività svolte e da avviare da parte dell'ICE. Nel 2019, la programmazione dell'attività ICE ha previsto un totale di 66 fiere italiane supportate, oltre 5.000 buyers stranieri. All'estero, sono state 287 le fiere estere presidiate dall'ICE con 18.000 aziende italiane accompagnate da ICE in queste manifestazioni.

La fiera Smart 365 (di cui non ancora si conoscono i dettagli ndr) sarà utilizzabile, a titolo gratuito, da enti fieristici ed associazioni e troverà una collocazione sui mercati esteri tramite il supporto della rete internazionale di Uffici ICE. L'obiettivo è quello di rendere comunque visibili le aziende italiane anche in questa fase di transizione.

Sempre nell'ottica di aumentare la visibilità all'estero del “made in Italy”, ICE organizzerà eventi di filiera all'estero, con il supporto delle associazioni di categoria e progetterà eventi di partenariato con enti fieristici europei.

Il dr. **Enrico Gallorini**, CEO GRS Research & Strategy, ha sottolineato che l'organizzatore di fiere è aggregatore di tante realtà: visitatori e utilizzatori, che al di fuori della fiera sono competitors, quando confluiscono in fiera diventano tutti valore aggiunto, la forza di ogni singolo insieme nella manifestazione fieristica è maggiore di ogni singolo dissociato. Il mercato fieristico si divide in 5 grandi mercati: Cina, Germania, Italia, Emirati Arabi Uniti e Stati Uniti. La pandemia ha provocato la cancellazione o lo spostamento a data da definirsi di circa l'89% delle fiere in programma. Molti si sono attivati con webinar, virtual events, digital matchmaking, e-commerce platforms. Difficilmente i virtual events andranno a sostituire

gli eventi in presenza. Ciò di cui si lamentano di più gli organizzatori è il ridotto budget a disposizione degli espositori e le restrizioni negli spostamenti di visitatori e buyers. Il target delle exhibitions è “build the new normal”, eventi ibridi tra fisico e digitale, aspettative ed esperienze basate sulla soddisfazione di espositori e visitatori.

La prof. **Francesca Golfetto**, direttrice dell'osservatorio fiere dell'Università Bocconi, ha evidenziato la difficoltà degli espositori di intervenire a causa della carenza di budget e la difficoltà dei visitatori di partecipare a causa delle limitazioni negli spostamenti ha come conseguenza fiere a gittata limitata coi pochi visitatori esteri. Il ruolo di emergenza svolto dalle piattaforme digitali sarà destinato a rimanere anche nel futuro. Il problema degli espositori è come partecipare a fiere virtuali: che cosa cercano i visitatori/buyers?

- Innovazione
- Fornitori partner che conoscono da vicino i problemi
- Visione di insieme, tutte le alternative, i trend della domanda, le proposte complessive
- Community: scambiarsi, assicurarsi

A questo gli espositori rispondono con:

- Nuovi prodotti, presentazione prototipi
- Personale tecnico
- Macchina in grado di far vedere prodotto finale
- Verifica che il prodotto finale sia nel trend della moda
- Mostrarsi all'interno di un percorso di visita, nell'arena dei competitors
- Spazi e momenti di condivisione

Rimane il fatto che la potenza e la flessibilità della comunicazione live sono insostituibili.

Le piattaforme virtuali offrono: motori di ricerca, talk webinar, matching, e-commerce. Molte piattaforme si basano sui siti degli espositori. Le piattaforme sono stand vuoti, strutture in evoluzione, vanno personalizzate e riempite di contenuti, vanno sviluppati progetti collettivi. I siti degli espositori di conseguenza devono avere contenuti, non solo prodotti, le piattaforme migliorano se i clienti, quindi gli espositori chiedono e suggeriscono.

La d.ssa **Loredana Sarti**, segretario generale AEFI ha ribadito quanto le fiere siano volano dell'economia: dai contatti avviati durante le fiere scaturiscono 70 miliardi di fatturato. Anche nel periodo dell'emergenza coronavirus, le fiere hanno mantenuto un calendario, hanno compiuto sforzi per mantenere contatti attraverso alternative virtuali. Per poter competere sul mercato mondiale, abbiamo bisogno di una data di riapertura a livello nazionale, nonostante le Regioni possano disporre individualmente le linee guida. E' necessario superare le divisioni, evitare sovrapposizioni, chi fa l'evento deve valorizzare gli elementi distintivi, la creatività italiana, deve portare innovazione nelle fiere in Italia. Il visitatore deve essere messo in condizione di poter scegliere liberamente di visitare la fiera, per questo devono essere stipulati accordi vantaggiosi con le catene alberghiere e stipulate convenzioni con i mezzi di trasporto. Fondamentale alla ripartenza è il ruolo delle istituzioni, un piano compensazione che aiuti a superare la crisi e guardare al futuro

A seguire il breve intervento del dott. **Massimo Goldoni**, Presidente Comitato Fiere Industria (CFI) che ha affrontato il tema delle fiere quali strumento per l'Internazionalizzazione. CFI rappresenta infatti circa 86 fiere altamente internazionalizzate e che costituiscono quindi un importante strumento di politica industriale ed internazionale. Questi eventi hanno visto negli ultimi anni una crescita costante di espositori (+35%) e visitatori internazionali (+30%). Le fiere settoriali sono lo strumento principale con cui le aziende promuovono i prodotti e fanno mercato verso l'estero, investendo circa il 50% delle proprie spese di promozione e marketing in partecipazione alle fiere. Alle manifestazioni fieristiche si collega tutto l'indotto di attività connesse sul territorio (logistica, accoglienza). E' importante in questo momento di difficoltà, di transizione e anche di debolezza del sistema fieristico “fare sistema” tra tutte le componenti che si collegano a queste manifestazioni di richiamo a livello internazionale e cercare di restare al passo con le iniziative portate avanti da altri Paesi e mercati più aggressivi. Questo è sicuramente il momento in cui unire tutte le capacità e competenze a livello nazionale per supportare il sistema fieristico evitando ancor più pesanti ricadute nei

prossimi mesi rispetto a quelle già attualmente prevedibili. CFI intende presidiare le fiere e le attività realizzabili con il supporto di ICE e MAECI.

La d.ssa **Patrizia Cecchi**, Direttrice Fiere Italia IEG. Italian Exhibition Group ha illustrato i dettagli del progetto Safe business by IEG, elaborato per far fronte all'emergenza Covid ed assicurare la massima sicurezza agli espositori che parteciperanno alle prossime fiere (dematerializzazione biglietterie, adeguamenti padiglioni fieristici, estensione orari e giornate di fiera per evitare assembramenti, punti di distribuzione di materiale sanitario). IEG fornirà anche servizi ed aree specifiche in fiera dedicate ad incontri virtuali con operatori esteri, saranno anche fornite aree meeting room con dotazioni tecnologiche e nel rispetto del distanziamento sociale. Essendo rilevante in questa fase condurre delle campagne di comunicazione, IEG ha creato un vero e proprio set televisivo e set fotografico come servizio ulteriore a costi ridotti per realizzare spot pubblicitari o altro materiale promozionale all'interno di manifestazioni fisiche. Questo anche nell'ottica di consentire un seguito digitale della fiera fisica (talk , webinar ecc) che possa durare tutto l'anno. Tutte le attività digitali derivano comunque dalla fiera fisica che resta un evento irrinunciabile. IEG auspica quindi una ripresa del sistema fiere nel 2021 e il rilancio nel 2022. Sarà di grande interesse l'amplificazione della fiera fisica tramite i canali digitali grazie all'apporto di ICE-Agenzia.

Il dott. **Thomas Rosolia**, AD KoelnMesse Italia, ha parlato del mercato fieristico internazionale e tedesco evidenziando come, ogni anno, nel mondo si svolgano 32.000 fiere e ogni azienda, a fronte dell'investimento necessario per partecipare agli eventi fieristici, ha un ritorno pari a 8:1 dell'investimento iniziale. A livello globale il settore fieristico crea un indotto pari a 1,3 milioni di posti di lavoro.

Le nuove sfide post-covid sono la digitalizzazione degli eventi, la convergenza di fiere e congressi in occasione delle fiere, ristrutturazioni dei comprensori fieristici, diminuzione dei players nel mondo fieristico attraverso nuove sinergie e meno sovrapposizione di eventi simili, meno budget disponibile da parte degli espositori.

La Germania ogni anno ospita 160-180 fiere internazionali con un 60% di espositori esteri. 2/3 delle fiere leader a livello mondiale si tiene in Germania e KoelnMesse è al 7° posto come capacità espositiva.

Il mercato fieristico crea in Germania 231.000 posti di lavoro ed ha come punti di forza la posizione strategica in Europa, moderni centri espositivi, elevata internazionalità degli eventi, standard elevati dei servizi.

KoelnMesse occupa la terza posizione in Germania nella graduatoria dei poli fieristici con una media di 80 fiere l'anno e 400.000 mq di area espositiva interna ed esterna ed ha una specializzazione in 3 settori principalmente: food-foodtech, arredamento e tecnologie digitali.

Per il periodo post-Covid KoelnMesse conta di concentrare i propri investimenti nella modernizzazione del quartiere fieristico con una previsione di fiere più contenute e visitatori soprattutto dall'UE. Verranno inoltre sviluppate piattaforme digitali per la promozione dei prodotti ed attività di match-making. Previsti anche investimenti nella dotazione di infrastrutture tecnologiche della fiera e la digitalizzazione dei processi . Sul discorso sicurezza, KoelnMesse ha elaborato un protocollo di sicurezza con la Regione Renania per assicurare la massima sicurezza ed il distanziamento negli eventi fisici, partendo dalla pianificazione degli stand in fiera alla gestione degli spazi meeting.

Alle ore 16:20 l'incontro si è chiuso con un breve spazio dedicato a Q&A concentrate principalmente sul tema del supporto ICE all'internazionalizzazione.