



# fiere

**IL SETTORE-VOLANO  
DA 60 MILIARDI  
DI EURO RICOMINCIA  
DAL DIGITALE**

**La pandemia nel 2020 ha azzerato appuntamenti fondamentali come il Salone del Mobile e Vinitaly. Ecco che ora Milano, centro indiscusso per gli eventi espositivi, a settembre prova a ripartire dalla moda. E lo fa lanciando anche piattaforme tecnologiche. La scommessa è riattivare un business essenziale per molti altri comparti produttivi.**

di Laura Della Pasqua

**S**i riparte da Milano e si riparte con la moda. Dopo un lunghissimo lockdown, la Fiera di Milano riapre i battenti l'8 settembre con Milano Unica, kermesse dedicata al tessile e agli accessori d'abbigliamento di alta gamma. Sarà un test, valido per l'intero settore fieristico nazionale, sulla capacità di reagire alla crisi, di movimentare un business che, inevitabilmente ridimensionato dal Covid, resta competitivo a livello mondiale. Il capoluogo lombardo farà da apripista e sin dalle prime manifestazioni si potrà verificare come reagisce l'economia del territorio. L'indotto che si muove attorno alle fiere è colossale; alberghi, taxi, locazioni, ristoranti, bar, catering, aziende di comunicazione formano una filiera che si espande a raggiera e che la pandemia ha avvizzito.

**Fiera Milano, con un flusso annuale di 4,5 milioni di visitatori e 24.240 espositori (nel 2019) di cui il 35 per cento internazionali, genera, in periodi normali, un impatto economico sul territorio di 8,12 miliardi: equivalgono al 2,2 per cento del pil della Lombardia e al 3,5 per cento di quello dell'area metropolitana milanese. Con una struttura espositiva di 399 mila metri quadrati è al quarto posto nel mondo dopo Shanghai in Cina, Francoforte e Hannover in Germania.**

Le perdite sono state importanti. L'Aefi (Associazione esposizioni e fiere italiane) ha stimato un danno, tra mancati ricavi e spese sostenute per gli eventi annullati, di quasi un miliardo, senza considerare il calo di fatturato dell'indotto di circa il 70-80 per cento. Stiamo parlando di un merca-



to capace di generare un giro d'affari di oltre 60 miliardi di euro, con più di 200 mila espositori e 20 milioni di visitatori. Basti pensare che il 50 per cento dell'export delle imprese nasce da contatti maturati durante queste manifestazioni.

Per il 75 per cento delle aziende, le fiere sono uno strumento fondamentale di sviluppo. Il lockdown, protratto per il settore fino a fine agosto, ha costretto a posticipare o annullare 181 manifestazioni internazionali e nazionali su 458 in calendario. Poi ci sono 400 eventi a carattere regionale e locale e 89 organizzate all'estero di cui mancano le stime precise.

Uno dei maggiori appuntamenti rinviati al 2021 è il Salone del Mobile a Milano, un evento di gran richiamo e un potente volano economico per la città, con la rete di eventi del Fuori Salone. Si svolgerà la prossima primavera in una edizione maxi per fugare l'incubo vissuto quest'anno con la pandemia. Fiera Milano, che in un anno vende 1,9 milioni di metri quadrati di superficie espositiva, ora stima per il secondo semestre un ridimensionamento a 150 mila metri quadrati.

**Rimettere in moto questa macchina complessa non è facile anche se**, come spiega il presidente dell'Aefi Maurizio Danese, il problema non è rappresentato dai protocolli di sicurezza. «Le fiere hanno sempre lavorato con il grande pubblico e quindi sono attrezzate a livello sanitario con protocolli per filtri d'aria e acqua. Non ci sono assembramenti perché tra buyer e espositori c'è un rapporto diretto».

L'incognita è rappresentata dal panorama internazionale. Se in Italia - a parte i focolai delle vacanze - il virus dà segni di contenimento, nel resto del mondo è ancora emergenza. La maggior parte degli operatori viene da Paesi dove il numero dei focolai resta alto, come Spagna, Francia, Germania, Stati Uniti, Russia, Cina, Giappone, India.

«Il ministero degli Esteri sta lavorando alla creazione di corridoi verdi di sicurezza, con accordi bilaterali con gli Stati di provenienza, in modo da evitare a visitatori e espositori, in arrivo in Italia per le fiere, la trafila delle quarantene» aggiunge Danese. Il calo delle presenze sarà inevitabile e gli enti fiera non si fanno illusioni di un recupero per fine anno. È stato messo in conto che il 2021 sarà un anno di transizione e solo nel 2022 si potrà

## Fiere cancellate o riprogrammate nel 2020

**88 internazionali (su 224); 93 nazionali (su 234).**

## IL BUSINESS

**60 miliardi di euro il giro d'affari generato, ogni anno, dalle fiere.**

**50%** dell'export delle imprese italiane nasce da contatti in fiera

**200 mila** gli espositori nelle fiere italiane

**20 milioni** i visitatori

**per il 75%**

delle imprese italiane le fiere rappresentano uno strumento irrinunciabile per il proprio sviluppo.

pensare di tornare a una situazione pre-Covid.

Per superare il momento difficile, le fiere hanno accelerato gli investimenti nel digitale. «Nessuno vuole sostituire le manifestazioni dove il rapporto in presenza è fondamentale, ma le piattaforme online sono un modo per dare agli espositori una visibilità che dura tutto l'anno» spiega Danese, sottolineando che il Covid ha accelerato un'evoluzione già in atto.

Fiera Milano punta molto su questa dimensione tecnologica. Alla riapertura, lancerà Fiera Milano Platform: piattaforma dedicata a tutta la community delle filiere di riferimento, espositori, visitatori, buyer, giornalisti, blogger e opinion leaders, per agevolare l'interazione tra compratori e aziende. I contenuti dei siti e dei social delle manifestazioni saranno rafforzati per raccontare, con immagini e testimonianze, i trend e i prodotti a chi non è potuto intervenire agli eventi. Ci sarà una sinergia tra incontri fisici e digitali con la formula del webinar. Una mappa digitale della fiera consentirà la fruizione da remoto e le trattative in tempo reale mentre una heatmap fornirà la geolocalizzazione nel quartiere fieristico e il monitoraggio dei flussi nei padiglioni.

Alcune manifestazioni per il 2020 saranno to-

talmente digitali, come Miart, Cartoomics e Milan Games Week; queste due, per la prima volta, unite in un unico appuntamento. C'è grande attesa per il Micam di settembre, evento di rilevanza mondiale per l'industria delle calzature.

**Il presidente Siro Badon non però si fa troppe illusioni su una facile ripartenza:** «La scorsa edizione abbiamo avuto oltre 35 mila visitatori e 1.300 espositori; ora ne attendiamo circa 700. Il 40 per cento degli ordini è stato annullato. Peseranno le assenze degli stranieri che, normalmente, rappresentano il 40 per cento degli operatori. I buyer americani, prima del Covid, ci avevano preannunciato un aumento degli acquisti. Non sappiamo se potranno partecipare». Intanto, per far viaggiare il business, la Mostra della calzatura ha definito un accordo con la piattaforma internazionale NuOrder che ospita oltre 500 mila retailer di tutto il mondo. L'industria delle scarpe esce a pezzi dalla pandemia. Nei primi quattro mesi sono state esportate 20 milioni di paia in meno rispetto allo stesso periodo del 2019. Nel primo trimestre il fatturato è sceso di 1,7miliardi, il 38,4 per cento.

Anche Fiera Bologna, secondo polo fieristico

nazionale, cerca di reagire. Per quest'anno stima una perdita di fatturato del 70-75 per cento dopo anni di crescita sostenuta con un giro d'affari passato, dal 2016 al 2019 da 132,4 a circa 200 milioni di euro (+ 48 per cento). Riaprirà i padiglioni agli inizi di ottobre con Sana Restart, il salone del biologico. Alcuni appuntamenti si sono svolti online come Cosmoprof Worldwide Bologna, Children's Book Fair ed Eima International. «Le iniziative digital sono essenziali per mantenere unita la community business, ma il futuro dipende dalla piena operatività degli spostamenti internazionali. Il Cosmoprof, il salone della cosmetica, conta il 50 per cento di operatori stranieri, il Libro per ragazzi l'87 per cento» dice il direttore generale della Fiera, Antonio Bruzzone.

Altra assenza clamorosa del 2021 è il Vinitaly, che celebra una delle eccellenze italiane, spostato ad aprile 2021. Il vuoto sarà colmato in parte, a novembre, dal Wine2wine Exhibition, evento a metà strada tra l'online e la rassegna tradizionale. Servirà più a ridare fiducia che al business. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA