



Associazione organizzatori di fiere, mostre, saloni, eventi e congressi
info@assofiere.org • www.assofiere.org

Convegno Assofiere sul tema:

“La promozione del sistema fieristico- congressuale del Piemonte”

Intervento del presidente, Giovanni Paparo

Lingotto Fiere, Padiglione 1, Sala Rossa • Via Nizza 294 - Torino • Sabato, 4 ottobre 2008

Buongiorno a tutti e un sentito grazie per la partecipazione così numerosa e qualificata. Un ringraziamento particolare all'amico Alberto Guizzardi, socio Assofiere e organizzatore di Euromineralexpo, che ci ha messo a disposizione questa bella sala.

La qualifica di fiera internazionale, acquisita da Euromineralexpo, ha premiato il grande impegno nel corso degli anni di questo imprenditore, che naturalmente lavora nel suo interesse, ma la cui attività offre ricadute notevoli a favore del territorio.

Un grazie anche a tutti quanti hanno concorso a far sì che questa manifestazione si potesse realizzare e in particolare agli oratori che hanno voluto gratificarci coi loro autorevoli interventi.

Abbiamo scelto di dedicare questo convegno alla promozione del sistema fieristico-congressuale del Piemonte perchè siamo convinti che, dato il suo attuale sottodimensionamento, esso abbia ampio potenziale di sviluppo nella nostra regione, assolutamente da non sottovalutare: sviluppo anche in termini di contributo all'immagine del Piemonte nel mondo e di ricadute economiche sul territorio.

Per ragioni di tempo mi limiterò a esporre pochi dati a sostegno di questa tesi. Secondo l'Annuario statistico italiano 2007, pubblicato dall'ISTAT, le esportazioni italiane nel 2006 hanno raggiunto il valore, in cifra tonda di 327mila milioni di euro.

E se guardiamo al contributo delle diverse ragioni alle esportazioni, vediamo che il Piemonte non se la cava tanto male: col 10,6% del totale nazionale è abbastanza distanziato è vero dalla Lombardia che realizza il 28,4%, ma sta poco sotto al Veneto (13,4%) e all'Emilia-Romagna (12,6%). Dato che le fiere sono un veicolo primario delle esportazioni italiane questo indicatore mi sembra molto rappresentativo.

Un discorso simile vale per il Prodotto interno lordo (PIL), dove nel 2005 la

Lombardia ha realizzato il 20,7% del PIL nazionale (calcolato, in cifra tonda, in 1 milione e 417 mila milioni di euro, ma il Piemonte col suo 8,1% non è molto distante dal Veneto (9,4%) ed è ancora più vicino, poco sotto all'Emilia-Romagna.

La situazione cambia radicalmente se guardiamo al comparto fieristico-congressuale.

Uso il termine fieristico trattino congressuale per sottolineare la grande e tuttora crescente importanza che hanno le attività congressuali, in senso lato, nell'ambito delle fiere. I principali centri congressi nel mondo nascono nell'ambito dei quartieri fieristici o sono comunque realizzati dagli stessi proprietari dei quartieri fieristici. Molti centri congressi, in realtà, oggi nascono come centri polivalenti e molte fiere sono nate e nascono a partire da congressi con annessa mostra.

Pensiamo, per fare un solo ad esempio, alla MCE Mostra Convegno Expocomfort di Milano, i cui 2500 espositori, dei quali 960 esteri, nell'edizione del marzo di quest'anno hanno occupato un'area di 157.000 metri quadri netti, ed hanno accolto 167.000 visitatori, 40.000 dei quali esteri. Festa grande per gli allestitori, 157.000 metri quadri di allestimenti, festa grande per gli albergatori, ristoratori, taxisti, autostrade, ferrovie, compagnie aeree, e via dicendo.

Chiusa la parentesi guardiamo alla situazione del comparto fieristico-congressuale in Italia. Dal Rapporto sull'attività fieristica in Lombardia nel 2006, realizzato da Cermes Bocconi su incarico di Regione Lombardia - D.G. Commercio, Fiere e Mercati e di Fondazione Fiera Milano, apprendiamo che "Nel corso del 2006, l'attività fieristica che ha avuto luogo in Lombardia ha superato i 2,4 milioni di m² di superfici affittate, distribuite su 175 eventi che hanno raccolto più di 54.000 espositori e oltre 7,7 milioni di visitatori.

Apprendiamo inoltre che: "La Lombardia rappresenta la prima regione fieristica italiana con riferimento alle manifestazioni di livello internazionale, per le quali la Regione detiene, nel biennio 2005-2006, una quota del 36% in termini di aree locate, davanti a Emilia Romagna (26%) e Veneto (16%).

36% + 26% + 16% fa 78%: da sole le prime tre regioni fieristiche d'Italia, Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto, in termini di aree locate nelle manifestazioni di livello internazionale realizzano il 78% del totale nazionale.

Non conosco la quota esatta del Piemonte, ma credo che siamo a pochi punti percentuali. Una evidente anomalia rispetto a quanto abbiamo visto prima a proposito della quota del Piemonte sulle esportazioni nazionali e sul PIL. Il che evidenzia che esiste un notevole potenziale di crescita per l'attività fieristico-congressuale in Piemonte.

Da una ricerca del Servizio Studi della Fondazione Fiera Milano su “Le ricadute economiche dell’attività di Fiera Milano sul territorio” risultava, nel 2000, una spesa complessiva legata all’attività espositiva in Fiera Milano di 2100 milioni di euro, dei quali 1010 milioni di spese per l’esposizione e 1090 milioni per servizi alle persone (visitatori ed espositori).

Quasi il 66% delle spese legate all’attività espositiva (acquisto spazi espositivi e servizi, allestimento stand, gestione stand, logistica merci, comunicazione, servizi espositivi visitatori) risultava essersi riversato sulla Lombardia, mentre la percentuale saliva a quasi il 71% nelle spese per servizi alle persone (alloggio, vitto, shopping e svago, trasporto).

Ora, 2100 milioni di euro sono oltre 4000 miliardi di vecchie lire, non per niente Fiera Milano è considerata la principale “industria” della città, e stimando che rappresenti almeno il 20% del mercato fieristico italiano, possiamo immaginare che esso valga circa 10.500 milioni di euro, cioè oltre 20 mila miliardi di vecchie lire.

Considerato anche il peso economico che ha l’attività fieristico-congressuale in Italia, dobbiamo dedurre che non solo è possibile espandere questo settore di attività in Piemonte, ma è addirittura un obiettivo irrinunciabile, tanto più che tale attività è anche un canale privilegiato per l’internazionalizzazione delle imprese, per la promozione degli scambi internazionali e la diffusione delle conoscenze, nonché strumento essenziale di marketing territoriale.

La vicinanza del nuovo quartiere di Fiera Milano, struttura leader a livello mondiale, è certamente un’opportunità per il Piemonte e per Torino da sfruttare al massimo, ma nella stessa Lombardia coesistono e crescono con l’aiuto della stessa Regione Lombardia, numerose altre realtà espositive, strumenti di valorizzazione delle peculiarità dei rispettivi territori.

Parliamo di sette centri fieristici internazionali: Fiera di Bergamo, 23.000 m² coperti; Brixia Expo - Fiera di Brescia, 21.000 m² coperti; Centro Fiera del Garda (Montichiari - Brescia), 44.600 m² coperti; Cremona Fiere, 47.000 m² coperti; Lariofiere (Erba - Como), 13.302 m² coperti; Malpensa Fiere (Busto Arsizio - VA), 20.000 m² coperti; Spazio Villa Erba (Cernobbio - CO), 11.000 m² coperti

e sei centri fieristici nazionali: Castello di Belgioioso (PV), Centro Polifunzionale e Fieristico PALABAM (MN), Villa Castelbarco (MI), Fiera Millenaria di Gonzaga (MN), Polo Fieristico Sud Malpensa (Castano Primo - MI), Travagliatocavalli (BS).

Non vediamo quindi ragioni perchè in Piemonte ci dovrebbero essere timidezze rispetto all’impegno alla “Promozione e sviluppo del sistema fieristico piemontese” come recita il titolo del disegno di legge regionale n. 357, licenziato dalla III Commissione il 5.11.07 e che ci auguriamo venga presto discusso e approvato dal Consiglio regionale del Piemonte.

Per l'auspicato sviluppo del sistema fieristico piemontese occorre ovviamente disporre di infrastrutture adeguate, competitive, e ben gestite.

Due parole soltanto sul quartiere in cui ci troviamo e nel quale, attualmente, il Lingotto Fiere fa capo a GL events, un prestigioso operatore di taglia europea che lo ha da poco acquisito insieme alle sue fiere con l'acquisto della Promotor International spa; il Centro Congressi Lingotto fa capo al Gruppo Fiat e l'Oval fa capo al Comune di Torino.

È evidente che non ci troviamo di fronte ad una situazione gestionale ottimale per un centro polivalente così importante, di gran lunga il principale della regione.

Anche la struttura richiede adeguamenti e potenziamenti per mantenersi competitiva: si parla da tempo del padiglione 4, che dovrebbe fungere da raccordo tra l'Oval e gli attuali padiglioni del Lingotto Fiere, e di altre opere che migliorerebbero la funzionalità dell'impianto. In particolare occorre garantire al più presto una migliore accessibilità all'Oval, quest'opera meravigliosa, che dovrebbe poter anche sfruttare al più presto il vantaggio di trovarsi a ridosso della stazione ferroviaria, come tutto il quartiere del resto.

Abbiamo qui presenti dei protagonisti della situazione, speriamo quindi di sentire parole illuminanti.

Per l'auspicato sviluppo del sistema fieristico piemontese occorre anche avere la capacità di attrarre e mantenere organizzatori fieristici all'altezza della situazione.

A tal fine ci sembra appropriato quanto previsto dall'art. 1. (Oggetto e finalità) del disegno di legge 357: "2. La Regione ed i comuni interessati, nell'ambito delle rispettive competenze, garantiscono la libera concorrenza, la libertà di impresa, la trasparenza e la parità di condizioni per l'accesso alle strutture"

e in particolare quanto specificato dall'art. 8: "1. Al fine di assicurare la trasparenza e la parità di condizioni tra tutti gli operatori, gli enti fieristici che svolgano anche attività di organizzatori di manifestazioni fieristiche provvedono alla separazione, contabile ed amministrativa delle diverse attività".

Soltanto, per dare più consistenza a tale assicurazione, che diversamente rischia di lasciare il tempo che trova, vedremmo bene che fosse anche prevista la separazione gestionale.

Ancora un breve cenno alla legge. L'art. 10. (Promozione e sviluppo del sistema fieristico regionale) del disegno di legge recita:

"1. La Giunta regionale, in coerenza con gli indirizzi strategici delineati negli strumenti di programmazione regionale e nel rispetto del diritto comunitario, può concorrere finanziariamente alla promozione e allo sviluppo sul mercato

nazionale e sui mercati esteri del sistema fieristico regionale.

2. La Giunta regionale può:

a) concedere contributi ai soggetti organizzatori di manifestazioni fieristiche a qualifica locale, regionale, nazionale o internazionale, presenti nel calendario regionale, al fine di sostenere progetti ed iniziative di promozione fieristica, in Italia e all'estero, di significativo interesse economico, sociale ed ambientale per la Regione"...

Tutto bene, desideriamo però sottolineare che per riuscire a garantire una nutrita e qualificata presenza di espositori dall'Italia e dall'estero a una manifestazione, salvo casi particolari, occorre garantire un buon successo di pubblico anzitutto locale e quindi anche nazionale e internazionale. In mancanza di questo elemento diventa difficile indurre gli espositori a tentare o ripetere l'esperienza e assicurare nel tempo il successo dell'iniziativa. Quindi, promuovere nel territorio l'informazione sulle fiere presenti nel calendario regionale, al fine di favorire la più vasta partecipazione del pubblico locale, è un elemento d'importanza strategica da non sottovalutare.

In generale, se è vero che la fiera è il più efficace strumento di comunicazione e di marketing è anche vero che a sua volta la fiera deve saper comunicare sé stessa, e per far ciò deve saper utilizzare tutti i media a disposizione.

Dirò di più: in tutto il mondo l'intreccio tra fiere e mondo dei media è strettissimo, non per niente i più grandi organizzatori di fiere appartengono a gruppi leader nei settori della comunicazione (cioè editori di riviste specializzate e ora anche di prodotti multimediali). Per non andare tanto lontano ricordo che dalla più importante testata specializzata italiana del settore turismo, TTG Italia, nacque diversi anni fa, nel 1977, la più importante fiera del turismo in Italia dopo la Bit di Milano, fondatore della pubblicazione TTG Italia e della fiera, TTG Incontri, è l'amico e socio Assofiere Renzo Druetto, che parlerà tra poco.

Per tanti anni a Torino e in Piemonte si è voluto risparmiare troppo sulla comunicazione, non si è coltivato a sufficienza il rapporto con le testate specializzate, con le testate rivolte al grande pubblico, con le televisioni, e forse anche per questo alcune realtà fieristiche in Piemonte non hanno tenuto il passo.

Concludo questo mio intervento affermando che, tra le condizioni da soddisfare affinché l'attività fieristico-congressuale possa crescere in Piemonte vi è certamente lo sviluppo di un proficuo associazionismo nel settore: le regioni fieristicamente più avanzate forniscono solidi esempi circa l'importanza fondamentale dell'associazionismo.

Ad Assofiere - Associazione senza scopo di lucro di piccole e medie imprese che operano nel settore dell'organizzazione di fiere, mostre, saloni, eventi e

congressi, aderiscono al momento 10 aziende attive in prevalenza sul territorio piemontese.

Assofiere cerca anzitutto di favorire la collaborazione tra associati e non per la realizzazione di sinergie capaci di far crescere la qualità e la quantità del loro lavoro. A partire dall'evitare dannose sovrapposizioni di date e dallo scambio di spazi per promuovere i rispettivi eventi, fino alla realizzazione di campagne promozionali comuni, fino alla collaborazione commerciale per la vendita degli spazi.

Una campagna promozionale comune è certamente questo convegno, dal quale vogliamo lanciare un'appello a tutta la filiera allargata.

Occorre che tutti quanti partecipano dell'attività delle fiere (albergatori, ristoratori, trasportatori, allestitori, e via elencando, singole imprese e associazioni) concorrano alla loro comunicazione e promozione, in modo che tutti insieme si riesca a creare un ambiente locale informato e reattivo, e quindi un pubblico interessato e partecipe, condizione perchè le nostre fiere possano avere un adeguato successo e attirare più visitatori e espositori anche da altre regioni d'Italia e dall'estero.