



**Associazione Esposizioni e Fiere Italiane**  
Italian Exhibition & Trade Fair Association

## **PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO DEL TURISMO 2023-2027**

9<sup>a</sup> Commissione Industria, commercio, turismo, agricoltura e produzione  
agroalimentare – Senato della Repubblica- atto n.39

**Audizione di Maurizio Danese**

**Presidente AEFI – Associazione Esposizioni e fiere italiane**

**8 maggio 2023**

Via Emilia, 155  
47921 Rimini - RN  
Tel. +39 0541 744229  
Fax +39 0541 744512  
info@aefi.it

[www.aefi.it](http://www.aefi.it)





Signor Presidente, Signori Senatori,

Sono particolarmente onorato di rappresentare Aefi e l'industria fieristica italiana oggi, in occasione di questa audizione per il Piano strategico del Turismo 2023-2027; un asset fondamentale per l'economia del nostro Paese, che viaggia in tandem con le fiere.

Il piano riconosce, ed è la prima volta che questo avviene, la centralità sia del sistema fieristico che del turismo fieristico, due 'fondamentali' per la valorizzazione, la promozione anche internazionale e la crescita del Made in Italy, che entrano per la prima volta a pieno titolo e ufficialmente nel Piano di sviluppo al 2027, prospettando soluzioni che rispecchiano pienamente le esigenze del nostro settore – quartieri ed organizzatori, che la nostra Associazione rappresenta.

### **Il settore rappresentato**

Il nostro settore rappresenta non solo una leva di importanza primaria nell'ambito della promozione all'estero del sistema-Paese, ma costituisce un elemento dalla forte capacità attrattiva verso l'Italia, **in grado di intensificare la portata dei flussi turistici sui territori e contribuendo alla loro de-stagionalizzazione.**

Le fiere italiane possono contare su una superficie espositiva di circa **4.200.000 metri quadrati** (di cui 2.361.690 coperti), che permettono lo svolgimento di quasi **500 tra manifestazioni internazionali e nazionali, per un totale di 200.000 espositori e circa 20 milioni di visitatori totali.** Questi numeri sono il risultato sia del potenziale attrattivo dei territori, sia della qualità delle strutture espositive.

Secondo l'ultima ricerca Aefi-Prometeia il sistema fieristico italiano, secondo in Europa e quarto a livello globale, è un moltiplicatore di business e anche di un turismo d'affari alto spendente, oltre che di servizi specializzati e di posti di lavoro. La nostra industria fieristica, con i suoi 264 eventi nazionali e 267 internazionali realizzati mediamente ogni anno, genera un impatto sui territori, tra servizi, trasporti, ospitalità e salari, quantificabile in **22,5 miliardi di euro l'anno di produzione per un valore aggiunto stimato di 10,6 miliardi di euro, pari allo 0,7% del Pil.** Abbiamo in corso un approfondimento del nostro impatto in specifico sul settore turistico che presenteremo in occasione della **Giornata Mondiale delle Fiere** il prossimo 7 giugno qui a Roma che ci darà molte informazioni utili su come aumentare il nostro contributo al PIL turistico

Il settore fieristico, è correttamente inserito nel piano nell'ambito della stessa MICE Industry, rispetto alla quale presenta alcune peculiarità: il numero di visitatori (basti pensare che una piccola fiera locale che si assesti sui 5000 visitatori è già considerata nel



comparto MICE come un grande evento), la durata nel tempo e il coinvolgimento degli operatori (poiché la fiera supera ampiamente la durata dell'evento congressuale convegno) che impone la presenza di importanti strutture aperte tutto l'anno, le caratteristiche dell'organizzatore, (società quotate, società a totale partecipazione pubblica, gruppi internazionali).

Proprio alla luce di queste caratteristiche e della sua magnitudo, il settore è in grado di generare effetti ancora più marcati sul comparto turismo rispetto agli altri eventi della MICE Industry e necessita però di una considerazione specifica.

### **Le esigenze del settore**

- Per promuovere un sempre più profondo sviluppo del comparto occorre innanzitutto **sostenere l'innovazione**, che per il settore fieristico riguarda innanzitutto l'innovazione delle strutture attraverso le tecnologie digitali in grado di rendere più facili i flussi nell'ambito dei quartieri, eliminare barriere architettoniche, rendere più sicuro il lavoro di chi opera con nuovi spazi per gestire al meglio il distanziamento sociale e l'emergenza sanitaria, e valorizzare la presenza nell'ambito del territorio.
- Il settore fieristico, così come quello turistico, sta percorrendo con determinazione anche la **strada della transizione ecologica**. Un primo intervento è stato quello della sostenibilità ambientale dei quartieri fieristici, dei processi organizzativi, che ha permesso alle manifestazioni di ottenere importanti certificazioni di sostenibilità. Risulta però fondamentale completare questi interventi con soluzioni di avanguardia.

**Entrambi questi processi vanno incentivati così come avvenuto per gli interventi previsti nell'ambito del PNRR del settore turismo dando la possibilità di intervenire possibilità intervenire a tutti gli attori che stanno agendo su questa strada.**

- E' importante che le fiere siano incluse nel quadro delle **attività di comunicazione istituzionale** nell'ambito delle politiche di promozione del turismo, come elemento di attrattività del nostro Paese e ci hanno fatto molto piacere gli interventi attuati dal Ministero del Turismo in questa direzione. Allo stesso tempo, il Ministero potrebbe supportare il settore fieristico in campagne di comunicazione relative alla promozione di settori produttivi fortemente legati al territorio e a forte vocazione turistica.

**Le fiere, che già in molti casi promuovono attività e percorsi collaterali rispetto alle manifestazioni, potrebbero infatti arricchire questa offerta con elementi più spiccatamente turistici, quali musei e mostre.** Inoltre, stimolando la collaborazione tra settore fieristico e rispettive associazioni di categoria, si potrebbero promuovere circuiti



che, a partire dalle date strettamente connesse al calendario fieristico, uniscano l'esperienza diretta in quartiere con visite mirate alle realtà produttive del territorio, acquisti in loco, e visita alle attrazioni turistiche del comprensorio.

• **Anche se non di specifica competenza del Ministero del Turismo, si sottolinea infine l'importanza di alcuni elementi che saranno cruciali in un'ottica di sistema e nella prospettiva di un'auspicata futura collaborazione inter-istituzionale che possa considerare le fiere come elemento-cardine di una più ampia politica industriale.** Sono essenziali per il nostro settore :

o **L'adeguamento dell'assetto infrastrutturale del territorio** con inserimento delle fiere come elementi centrali

o **Una applicazione dell'IMU più equa** nei confronti dei padiglioni fieristici, che rispecchi l'utilizzo effettivo dei quartieri e le loro funzioni

o Strumenti di incentivazione per la partecipazione a fiere organizzate in Italia (es. Bonus fiere), al pari di altri Paesi europei.

o **ma soprattutto una revisione della disciplina delle partecipazioni pubbliche previste dalla legge Madia** che sappia stimolare gli enti territoriali a valorizzare le loro quote societarie all'intero dei quartieri fieristici senza vincoli all'attività e ai servizi direttamente connessi che la recente decisione del consiglio di stato parrebbe introdurre

Ci uniamo infine alla richiesta di un più profondo coordinamento interistituzionale nell'ambito del Patto per l'Export, che coinvolga, oltre al Ministero del Turismo MAECI, Ministero delle Imprese, Regioni, Province, Camere di commercio per portare sempre più " il mondo in Italia e l'Italia nel mondo".

**Prot. n. 102/2023 /LS**



## PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO DEL TURISMO 2023-2027

### Le osservazioni di AEFI -Associazione Esposizioni e Fiere Italiane

8 maggio 2023

Senato della Repubblica

9<sup>a</sup> Commissione Industria, commercio, turismo, agricoltura e produzione agroalimentare

#### Premessa

**AEFI – Associazione Esposizioni e Fiere Italiane** – l'Associazione di rappresentanza del sistema fieristico nazionale, nel ringraziare per essere stata convocata in audizione, intende fornire il proprio contributo nell'ambito del Schema del piano strategico di sviluppo del turismo per il periodo 2023-2027. Il comparto fieristico rappresenta infatti non solo una leva di importanza primaria nell'ambito della promozione all'estero del sistema-Paese, ma costituisce un elemento dalla forte capacità attrattiva verso l'Italia, in grado di intensificare la portata dei flussi turistici sui territori e contribuendo alla loro de-stagionalizzazione. Il presente documento intende quindi tracciare i principali meccanismi virtuosi che legano il mondo fieristico a quello del turismo, evidenziando come una più costante ed efficace collaborazione tra i due settori possa dare luogo a profonde sinergie e innescare dei processi dall'alto valore aggiunto per l'intero sistema economico. Alla luce di ciò, il documento presenta inoltre alcuni spunti su policy e politiche di promozione del settore fieristico che, nell'ambito della più ampia strategia che verrà messa in campo dal Ministero del Turismo, potrebbero costituire un'ulteriore leva di attrazione e promozione delle eccellenze nazionali.

#### 1. Il sistema fieristico italiano: un importante fattore di attrazione dall'estero

Il sistema fieristico italiano può contare su una superficie espositiva di circa 4.200.000 metri quadrati (di cui 2.361.690 coperti), che permettono lo svolgimento di quasi 500 tra manifestazioni internazionali e nazionali, delle quali il 95% si svolge nei quartieri **fieristici associati AEFI**.

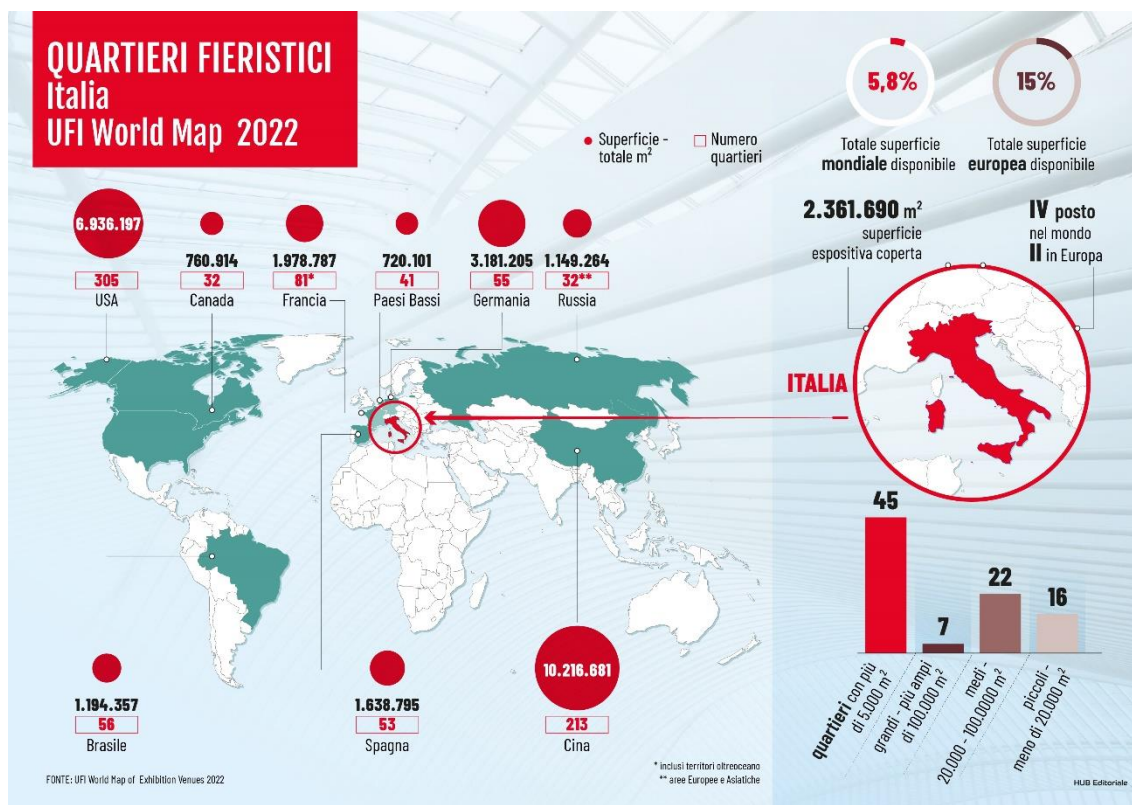
All'interno degli espositori nelle manifestazioni internazionali – che rappresentano circa la metà dei circa 200.000 espositori totali - quasi il 30% proviene dall'estero, mentre il numero di visitatori delle manifestazioni internazionali – che si attesta sui 13 milioni di unità, a fronte dei 20 milioni di visitatori totali – circa il 10% proviene dall'estero.

Questi importanti risultati sono da attribuire non solo al grande potenziale attrattivo dei territori, ma anche alla qualità delle strutture espositive, che permettono alle manifestazioni degli Associati AEFI di presidiare le prime posizioni nel panorama mondiale. Secondo dati recentemente pubblicati dall'UFI nella World Map of Exhibition Venues, il nostro Paese ha 2.361.690 metri quadrati di superficie



coperta, pari al **5,8% della superficie globale** e al **15,0% della superficie europea**, dato che assegna all'Italia il **IV posto al mondo** e il **II posto in Europa per superficie espositiva**.

Da tali dati emerge quindi chiaramente come i quartieri espositivi italiani, così come le rispettive manifestazioni, costituiscano un grande patrimonio del nostro Paese da conservare e valorizzare.



## 2. Le manifestazioni fieristiche come leva di promozione del sistema imprenditoriale

Numerosi sono i settori rappresentati dalle manifestazioni organizzate nei quartieri fieristici italiani, tra le quali sono presenti diverse eccellenze dell'economia italiana. Come indicato dal calendario predisposto dalla Conferenza delle Regioni, i settori in cui si concentra il numero maggiore di manifestazioni internazionali nel nostro Paese nel 2023 sono:

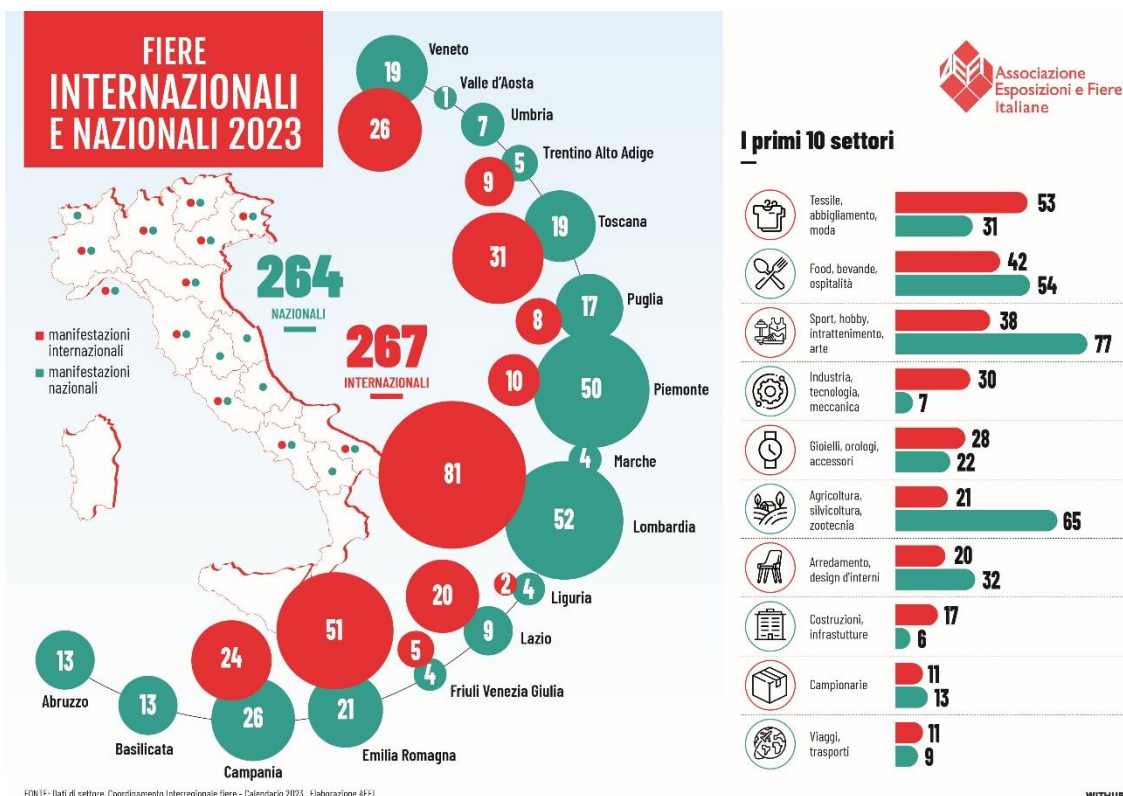
- tessile (14% del totale),
- food, beverage e ospitalità (11%),
- sport, hobby, intrattenimento e arte (10%),
- meccanica (8%),
- gioiello, orologi e accessori (8%),
- agricoltura, silvicoltura e zootecnia (6%).





Il biennio passato, nonostante le difficoltà causate prima dalla crisi pandemica (che ha determinato lo stop forzato delle manifestazioni) e poi dal conflitto russo-ucraino (che ha frenato molti flussi dall'estero e ha messo in ginocchio molti settori industriali) ha permesso di mettere in evidenza alcuni aspetti positivi che caratterizzano il sistema fieristico italiano:

- Il numero ingente degli espositori ha confermato l'importanza del **ruolo della fiera quale momento di sintesi e scambio delle realtà settoriali**, necessario per dare impulso e orientamento al mercato.
- Si registra una crescente attenzione verso le start up e in genere i **giovani**, l'artigianato e la **manifattura** italiana, nonché un diffuso interesse verso la **sostenibilità**. Molti sono stati infatti i prodotti – ciascuno nelle proprie caratteristiche e dimensioni – che hanno acceso il focus proprio su quest'ultimo tema.
- **I visitatori** hanno manifestato una **buona tenuta** che è andata migliorando man mano che sono aumentate le manifestazioni realizzate. Le difficoltà sono maggiori per **gli operatori esteri**, data l'ampia incertezza che caratterizza gli spostamenti in molte aree del mondo.
- Lo spostamento “forzato” verso le manifestazioni digitali durante la pandemia, ha reso possibile la **trasformazione delle fiere in veri e propri market place**, tendenza che è stata poi confermata anche successivamente al ritorno in presenza delle manifestazioni.





### 3. Impatto diretto ed indiretto del settore fieristico

L'andamento di questi anni ha confermato il ruolo fondamentale delle fiere come vero e proprio strumento di politica industriale del Paese, veicolo del Made in Italy nel mondo e strumento di valorizzazione dell'economia dei territori.

A riconferma dell'**importanza delle fiere nello sviluppo industriale** del Paese, diversi studi hanno dimostrato che:

- Ogni anno durante le fiere vengono conclusi affari per circa 60 miliardi di euro
- Il 50% delle esportazioni nasce da contatti originati dalla partecipazione alle manifestazioni fieristiche
- Il 75,3% delle imprese vede nella fiera uno strumento fondamentale per il proprio sviluppo, utile al contatto diretto con il mercato e alla comunicazione della competenza aziendale in fase di ricerca attiva del potenziale acquirente.

Per quanto riguarda la **promozione del Made in Italy nel mondo**, si registra che le manifestazioni leader a livello internazionale svolte in Italia fanno riferimento ai settori che sono espressione forte del Made in Italy, e risulta evidente come la crescita dei visitatori esteri in tali manifestazioni si colleghi ad un aumento dell'export settoriale. Restringendo l'analisi a 5 settori-chiave (agroalimentare, edilizia e arredo, moda e bellezza, tempo libero e tecnologia), si sottolinea come:

- Tali cluster pesano complessivamente per il 28,4% del valore della produzione dell'economia italiana, per oltre il 62% dell'export e per il 34,1% degli occupati. In questi settori non solo si hanno la maggior parte delle fiere, ma sono presenti le manifestazioni che si trovano ai vertici in Europa. Sugli stessi settori, inoltre, le fiere italiane stanno conseguendo significative espansioni internazionali.
- Risulta significativa la relazione tra la crescita dei visitatori esteri (+34% dal 2012 al 2019) e l'aumento sostanzialmente analogo dell'export complessivo dei 5 settori AEFI (+29%).

Queste sintetiche osservazioni permettono di identificare una chiara correlazione tra i settori in cui l'export italiano è più forte, e la presenza in Italia delle più importanti fiere internazionali nel settore.

Infine, per quanto riguarda la **valorizzazione dei territori**, è utile considerare che la massa fluttuante di persone e merci che si muove nel nostro Paese per partecipare alle fiere contribuisce largamente al patrimonio culturale e allo sviluppo dell'economia locale, e svolge un ruolo determinante nel creare le condizioni per una valorizzazione di lungo periodo delle realtà locali. Le fiere rappresentano inoltre un forte elemento di coesione sociale, poiché rispondono a bisogni di aggregazione e di dimensione collettiva che rafforzano le reti tra persone, imprese, e comunità.

A questi importanti effetti moltiplicatori del sistema fieristico si somma poi il **valore aggiunto per le imprese**. Sul tema, AEFI ha voluto svolgere un'analisi d'impatto condotta su un campione di oltre 25 mila imprese espositrici, responsabili del 13% della produzione nazionale. In particolare, confrontando l'andamento di tali imprese con un panel di realtà simili che non partecipano a manifestazioni fieristiche, è emerso che il vantaggio ottenuto dalle aziende che, fra il 2012 e il 2019, hanno preso parte alle manifestazioni fieristiche hanno registrato +12,6% di crescita cumulata delle vendite e +0,7% di marginalità lorda (Ebitda).





Inoltre, si registra quello che viene definito un “premio fedeltà”: le imprese che hanno partecipato in modo continuativo alle fiere sono cresciute, tra il 2011 e il 2019 del 4% cumulato in più rispetto alle imprese che hanno partecipato in modo discontinuo.

L’analisi d’impatto, mai così ampia per il settore grazie alla rilevanza numerica del campione, ha poi confrontato le performance delle imprese nelle varie filiere produttive.

In questo caso le aziende dell’agroalimentare che partecipano alle manifestazioni sono quelle che hanno realizzato un risultato più marcato in termini di **extra-crescita** dell’attività (+20,5%), e anche nei settori produttori di beni intermedi (come la meccanica) si registrano benefici superiori alla media (+14,4%).

### L’IMPATTO MICROECONOMICO DELLA PARTECIPAZIONE AD EVENTI FIERISTICI

In sintesi: più crescita, marginalità e redditività per chi frequenta le fiere

#### L’IMPATTO SULLE IMPRESE PARTECIPANTI

Partecipare a eventi fieristici assicura in media alle imprese una extra performance su 8 anni quantificabile mediamente in:

- +12,6% FATTURATO**
- +0,7% EBITDA**
- +0,9% ROI**

#### IL “PREMIO FEDELTA’”

Partecipare a eventi fieristici assicura in media alle imprese un’extra performance su 8 anni quantificabile mediamente in:

- +4% FATTURATO**
- +0,6% EBITDA**

Associazione  
Esposizioni e Fiere  
Italiane

I NUMERI DELLE FIERE ITALIANE

### L’IMPATTO MACROECONOMICO DEL SETTORE FIERISTICO ITALIANO

In sintesi: dalle fiere un impulso aggregato pari allo 0,7% del PIL italiano (\*)

L’ATTIVAZIONE DIRETTA DELL’ECONOMIA NAZIONALE	GLI IMPATTI DIRETTI, INDIRETTI E INDOTTI
PRODUZIONE <b>8,9</b> mld € → x2,5 → <b>22,5</b> mld € <span style="float: right; font-size: 0.7em;">0,7% della produzione</span>	
VALORE AGGIUNTO <b>4,3</b> mld € → x2,4 → <b>10,6</b> mld € <span style="float: right; font-size: 0.7em;">0,7% del PIL</span>	
OCCUPATI <b>96</b> mila → x2,1 → <b>203</b> mila <span style="float: right; font-size: 0.7em;">0,9% in termini di occupazione</span>	

(\*) Al netto dell’impulso microeconomico (sulle imprese espositrici) stimato in precedenza

Associazione  
Esposizioni e Fiere  
Italiane

I NUMERI DELLE FIERE ITALIANE

Si è quindi calcolato l’**impatto diretto**, connesso esclusivamente alla realizzazione di eventi fieristici (a spesa di espositori, organizzatori e visitatori), attiva una produzione pari a 8,9 miliardi di euro, 4,3 miliardi di euro di valore aggiunto e 96 mila addetti occupati.

Se si considerano anche gli impatti indiretti (cioè derivanti dall’acquisto di beni e servizi lungo la catena del valore delle manifestazioni) e indotti (cioè derivanti dai consumi generati dai salari erogati ai lavoratori impegnati nella catena del valore delle manifestazioni), i numeri raggiungono **22,5 miliardi di produzione, 10,6 di valore aggiunto e 203 mila occupati**.



Al fine di comprendere pienamente le dimensioni del settore, è qui utile evidenziare che le fiere hanno caratteristiche profondamente diverse dalla **MICE industry**, nonostante entrambi i settori abbiano un impatto diretto su hotel, centri congressi e mezzi di trasporto ed un generale effetto positivo sul settore turismo. Infatti:

- **Il numero di visitatori:** basti pensare che una piccola fiera locale che si assesti sui 5000 visitatori è già considerata nel comparto MICE come un grande evento la cui percentuale ricopre lo 0,2% (>1000) del mercato complessivo (OICE, rapporto Italia 2018)
- **La durata nel tempo e coinvolgimento degli operatori:** per la sua stessa natura, il tempo fiera supera ampiamente la durata dell'evento congressuale convegnistico (in Piemonte 1,33 gg – OICE\_rapporto Piemonte 2019). Ne deriva che se si considerano i tempi complessivi di allestimento, manifestazione e smontaggio allestimenti, l'effetto di ricaduta perdura per la prolungata attivazione dei fornitori e dei servizi accessori a copertura delle spese di alloggio e trasferimento.
- **Le caratteristiche dell'organizzatore**, che in molti casi coincide con la struttura ricettiva stessa, che nel caso della MICE Industry gestisce edifici di grandi dimensioni il cui mantenimento ed efficientamento hanno ricaduta immediata sulla dimensione e il successo di ogni singola manifestazione e la forma giuridica dello stesso. Si va dalle società quotate, alle società a totale partecipazione pubblica, ai gruppi internazionali.

Da qui la necessità per il settore fieristico, di essere identificato come comparto produttivo con una identità profondamente distinta dalla MICE Industry, con interventi che rispettino queste caratteristiche peculiari.

#### **4. Il turismo e le fiere: un rapporto a somma positiva**

Il turismo, settore strategico per l'Italia, è spesso comunemente associato al grande interesse che l'Italia suscita per le sue bellezze storiche, artistiche e naturali che rendono il nostro Paese unico al mondo. Spesso i fattori trainanti sono infatti i siti archeologici, la valenza storico-artistica delle destinazioni, la bellezza naturalistica, la cucina mediterranea ed il Made in Italy. Ed essere un Paese dotato di una marcata attrattiva turistica favorisce anche la presenza di espositori e visitatori per le fiere. Ma è vero anche l'inverso: la presenza di espositori e visitatori valorizza e diffonde la conoscenza delle nostre attrazioni turistiche creando positivi effetti immediati e promozione di lungo periodo per il settore. In questo senso, l'inserimento di una forte spinta propulsiva del Ministero del Turismo permetterà di valorizzare la nostra storia, i nostri territori e nostri prodotti e le nostre fiere con importanti effetti sui risultati. **Le politiche di sostegno al settore fieristico individuate così come individuate rispecchiano le nostre esigenze: riportiamo di seguito il nostro contributo in ordine alle diverse tematiche che il piano affronta in specifico per il nostro settore.**



## Innovazione e competenze

Per sostenere il settore occorre innanzitutto sostenere l'**innovazione** affinché il sistema fieristico mantenga il ruolo di primo piano conquistato nel mondo. **In particolare, innovazione nel settore significa:**

- **Innovazione delle strutture:** le strutture, molte delle quali di interesse storico e architettonico, sono da ammodernare con l'introduzione di tecnologie digitali in grado di rendere più facili i flussi nell'ambito dei quartieri, eliminare barriere architettoniche, rendere più sicuro il lavoro di chi opera con nuovi spazi per gestire al meglio il distanziamento sociale e l'emergenza sanitaria, e valorizzare la presenza nell'ambito del territorio.
- **Valorizzazione dell'innovazione dei prodotti presentati in fiera:** evidenziazione dei brevetti e, più in generale, delle novità che le imprese italiane si devono impegnare a presentare in Italia;
- **Creazione di nuove manifestazioni relative a settori innovativi:** l'organizzazione di tali manifestazioni è centrale, al fine di indirizzare lo sviluppo dei comparti soggetti alle più profonde spinte di cambiamento.
- **Innovazione nella comunicazione con espositori e visitatori:** facilitare il contatto degli operatori e la presenza sui mercati più lontani

In particolare, l'innovazione deve significare valorizzazione della qualità in ciascuno degli interventi effettuati. La qualità è però legata a doppio filo al tema delle competenze, che è di estrema importanza per il settore dato il ruolo centrale delle risorse umane e le caratteristiche delle skills, che sono per lo più non standardizzabili. Per questo motivo è necessario intervenire sulla **formazione**, per andare incontro alle esigenze di organizzatori ed espositori, ed in particolare intervenendo su:

- Attivazione di percorsi formativi specifici per operatori coinvolti nell'allestimento
- Valorizzazione degli ITIS ed ITS
- Valorizzazione delle fiere nei corsi di laurea e nei master inerenti architettura, economia e marketing, comunicazione.

## Sostenibilità

Perseguire la qualità significa oggi percorrere con determinazione anche la strada della **transizione ecologica**. Il primo e fondamentale tema affrontato da AEFI – che monitora annualmente le attività degli associati – è stato quello della sostenibilità ambientale dei quartieri fieristici, dei processi organizzativi e delle fiere tematiche. Sono stati numerosi gli interventi effettuati per migliorare l'efficienza energetica degli edifici, attivare politiche virtuose di recupero e smaltimento dei rifiuti, svolgere un'attività educativa nei confronti dei visitatori ed espositori. Le certificazioni che gli associati stanno ottenendo sono le certificazioni ISO 50001; UNI ISO 14001:2015 e BS OHSAS 18001:2007; (LEED EB:O&M) – o addirittura la certificazione «Healthy Venue» - con il livello massimo (gold), che sanciscono il carattere sostenibile dei loro processi organizzativi. In questo quadro, risulta tuttavia fondamentale **completare questi interventi con soluzioni di avanguardia anche per gli operatori che frequentano le manifestazioni.**



Un aspetto altrettanto importante con cui le fiere italiane possono supportare il sistema-Paese contribuendo al raggiungimento degli obiettivi ambientali è il **grande potere di diffondere idee e concetti innovativi che sono ormai l'oggetto di molte manifestazioni**. Su questi temi sono nate SANA a Bologna (giunta alla 34<sup>a</sup> edizione), Ecomondo (alla 25<sup>a</sup> edizione), Key Energy (alla 15<sup>a</sup> edizione). Anche tutte le altre fiere italiane hanno recepito questo messaggio in specifiche manifestazioni come Remtech a Ferrara, Klimahouse e Klimamobility a Bolzano, Futura Economia per l'Ambiente a Brescia, e la più recente Fieragricola Tech prevista per il febbraio 2023 a Verona.

Economia circolare, sostenibilità degli allestimenti, CAM e Certificazione ISO20021 sono i temi cruciali su cui si sta lavorando in collegamento con l'attività svolta dall'Associazione mondiale delle fiere e in Italia con la partecipazione ai tavoli istituiti dal Ministero della transizione ecologica.

### **Comunicazione e partnership**

Importante per le fiere l'attività di **comunicazione**. Sarebbe infatti auspicabile l'inserimento delle manifestazioni fieristiche tra gli elementi di attrattività del nostro Paese che il Ministero del Turismo pone in evidenza attraverso i suoi strumenti di promozione del territorio italiano previsti direttamente, tramite Enit ed anche i Convention Bureau Italia essendo molti Congressi previsti nell'ambito delle Fiere. Allo stesso tempo, il Ministero potrebbe supportare il settore fieristico in campagne di comunicazione relative alla promozione di settori produttivi fortemente legati al territorio e a forte vocazione turistica. Le fiere, che già in molti casi promuovono attività e percorsi collaterali rispetto alle manifestazioni, potrebbero infatti arricchire questa offerta con elementi più spiccatamente turistici, quali musei e mostre.

Inoltre, stimolando la collaborazione tra settore fieristico, settore turistico specifico (es. agriturismi) e rispettive associazioni di categoria, si potrebbero promuovere circuiti che, a partire dalle date strettamente connesse al calendario fieristico, uniscano l'esperienza diretta in quartiere con visite mirate alle realtà produttive del territorio, acquisti in loco, e visita alle attrazioni turistiche del comprensorio. Oltre al risultato commerciale, queste attività avrebbero l'obiettivo di prolungare la permanenza dei turisti sul territorio.

## **5. Ulteriori misure per il settore fieristico per una politica industriale di sistema**

Anche se non di specifica competenza del Ministero del Turismo, si sottolinea infine l'importanza dei seguenti ulteriori temi, che risulteranno cruciali in un'ottica di sistema e nella prospettiva di un'auspicata futura **collaborazione inter-istituzionale che possa considerare le fiere come elemento-cardine di una più ampia politica industriale**:

- **Infrastrutture:** Tutte le fiere e il settore turistico hanno come prerequisito comune un efficiente assetto infrastrutturale del territorio. Questo pone alla base un sistema di collegamenti infrastrutturali tra, fiere, aeroporti, stazioni e centro città. Si potrà quindi fare sistema affinché anche le fiere vengano inserite nelle nuove pianificazioni infrastrutturali.
- **Partecipazioni pubbliche:** Risulta necessario rivedere alcuni elementi del quadro normativo vigente che regola le partecipazioni pubbliche, in primis, la c.d. Legge Madia, in



cui si prevede il divieto di rifinanziamento di società in perdita da parte di enti pubblici. In questo momento di difficoltà come conseguenza della crisi pandemica, guerra, e instabilità dei mercati, al fine di tutelare il patrimonio pubblico e il valore delle quote societarie pubbliche è necessario immaginare un correttivo all'attuale disciplina. È necessario altresì stimolare gli Enti territoriali a mantenere e valorizzare le loro quote nelle partecipazioni delle fiere.

- **Fiscalità:** Occorre prevedere una applicazione dell'IMU più equa nei confronti dei padiglioni fieristici, trattati come strutture commerciali, prevedendo che siano presi in considerazione i giorni effettivamente utilizzati per le esposizioni. Si suggerisce quindi un intervento che preveda una classificazione catastale e una tassazione che rispecchino l'utilizzo effettivo dei quartieri e le loro funzioni, attraverso alcuni correttivi rispetto all'IMU degli immobili fieristici, introducendo categoria E/4 ("recinti chiusi per mercati, fiere, posteggio bestiame e simili") o nella categoria E/9 ("immobili a destinazione particolare non compresi nelle categorie precedenti in particolare coefficienti che tengano conto dell'effettivo utilizzo degli spazi espositivi o una modifica della classificazione catastale con l'inclusione dei padiglioni delle fiere nella del gruppo E"), e quindi tecnicamente esclusi dall'IMU.
- **Incentivi per la partecipazione a fiere organizzate in Italia:** La crisi pandemica ha fortemente impattato sulla liquidità delle imprese italiane, mettendo in luce la crescente difficoltà nell'investire le risorse necessarie per la partecipazione a manifestazioni fieristiche. Si propone di confermare il Bonus fiere previsto dal Ministero delle Imprese e del made in Italy, per le spese (affitto di spazi espositivi, allestimento, pulizia, ecc.) di partecipazione alle fiere sostenute dalle imprese. Tale misura fra l'altro è necessaria per rendere attrattive le fiere italiane come le fiere estere, visti gli incentivi a disposizione delle imprese per partecipare a queste manifestazioni. Parlando di fiere italiane, è però importante che incentivi siano previsti per tutte le fiere: il Made in Italy è un concetto di eccellenza che prima di attraversare i confini deve essere alimentato nei territori di origine attraverso il coinvolgimento di quel tessuto di piccole e medie imprese che, con la loro attività, permettono il continuo spostamento della curva di sviluppo di ogni settore.
- **Coordinamento interistituzionale:** Per il molteplice ruolo che rivestono le manifestazioni fieristiche sono diversi gli attori istituzionali che promuovono interventi, partendo dal Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale e dal MIMIT. Le fiere sono uno dei sei pilastri del Patto per l'export, rispetto al quale ricoprono un ruolo fondamentale anche il Ministero delle Imprese, Regioni, Province, Camere di commercio, che sono tutti importanti attori e protagonisti per il settore. Occorre quindi trovare una modalità per il coinvolgimento di tutti affinché le linee d'indirizzo diventino risultati operativi e di mercato e le linee di Governance individuate dal patto per l'export trovano il nostro pieno consenso.

Prot. n. 101/2023 /LS