

NOSTRA INTERVISTA ALL'ASSESSORE GILBERTO PICHETTO

La Regione Piemonte e le fiere

Avviato il rilancio del Lingotto Fiere, il principale centro fieristico della regione, una spinta decisiva potrebbe venire dal miglioramento dei collegamenti aerei, ferroviari e stradali

di Gianni Pisani



Gilberto Pichetto guida la delegazione piemontese in Argentina

Le fiere sono il canale privilegiato attraverso il quale passa la gran parte delle esportazioni del sistema Italia, e sono il più forte strumento di marketing di cui dispongono le imprese, soprattutto le piccole e medie, per proporre i loro prodotti e servizi nonché per conoscere tendenze dei mercati, gusti dei consumatori, offerte dei concorrenti... Anche una regione come il Piemonte, caratterizzata dalla presenza di grandi industrie che notoriamente sono meno fieradipendenti sembra sentire sempre di più l'importanza delle fiere. Ne chiediamo conferma all'assessore regionale Gilberto Pichetto, che ha tra le sue competenze Industria, Artigianato, Commercio e Fiere e Mercati.

Assessore Pichetto, il Piemonte sembra riscoprire l'importanza delle fiere, lei che cosa ne dice?

“L'attività fieristica è oggetto in Italia di un processo di modernizzazione indispensabile per fronteggiare la sempre più agguerrita concorrenza internazionale. Siamo da tempo in attesa della nuova normativa nazionale che dovrebbe concludere il disegno di privatizzazione del settore già avviato dalla “Bassanini”,

dando la possibilità alle Regioni di adeguare le proprie leggi e acquisire nuovi strumenti normativi di programmazione.

Il sistema fieristico è strategico per l'economia del nostro Paese e naturalmente anche per il Piemonte: le fiere, infatti, nate come mercati di scambio di beni e servizi, sono via via diventate fattori di promozione degli apparati produttivi nazionali e regionali. Nel '98, ad esempio, l'organizzazione di fiere ha mosso direttamente un giro di affari di circa 1500 miliardi, cui occorre aggiungere un indotto di circa 8000 miliardi e un fatturato delle imprese esportatrici di almeno 37mila miliardi”.

In questo quadro come si colloca il Piemonte?

“I dati del principale centro fieristico della Regione, il Lingotto Fiere, segnalano la necessità di un rilancio, in parte già cominciato, che si spera possa portare già nel 2000 ad uno sfruttamento pieno delle opportunità, finora non del tutto utilizzate. Il trend in Piemonte è comunque in crescita, al pari del resto d'Italia: come superficie venduta, numero di visitatori ed espositori, internazionalizzazione dei partecipanti, servizi. Per quest'ultimo fattore l'offerta pie-

montese può contare su un grande livello di qualità e specializzazione, da valorizzare al massimo. Una spinta decisiva potrebbe venire dal miglioramento dei collegamenti aerei, ferroviari e stradali. Tale carenza “storica” del Piemonte, si ripercuote anche sul settore fieristico, inibendone le potenzialità”.

Quanto valore aggiunto produce una fiera?

“La stessa costruzione o adeguamento di padiglioni induce lavoro e occupazione, poi tutti i servizi collegati alla fiera, allestitori in testa, muovono giri d'affari di migliaia di miliardi. Da recenti ricerche emerge che un visitatore “business” sostiene una spesa media di 1500 dollari per fiera il che, rapportato a cifre a quattro/cinque zeri, di visitatori, dà un bel risultato anche per albergatori, ristoratori, commercianti del luogo dove ha sede la fiera”.

E qual è il legame col sistema produttivo regionale?

“A mio avviso, è fondamentale il ruolo promozionale per le realtà produttive locali che svolge una manifestazione fieristica ben organizzata: è il miglior mezzo per una piccola o media impresa per farsi conoscere, per inviare il proprio messaggio a un pubblico sicuramente attento, non fosse altro perché motivato e autoselezionato.

La fiera consente all'acquirente di valutare le alternative di prodotto in una situazione che facilita il confronto e la decisione; le competenze e capacità degli offerenti possono essere esaminate attraverso la relazione diretta con l'impresa presente in fiera e anche la manifestazione che si rivolge al consumatore, quale momento di informazione-divertimento, assolve un ulteriore compito di contatto e verifica dei bisogni emergenti e di conoscenza del target di riferimento”.

Accanto alle fiere, quali canali la Regione privilegia per potenziare la promozione dei prodotti piemontesi?

“Mi limiterei a ricordare l'accordo di programma siglato col Ministero del Commercio Estero, che consente di mettere in comune le risorse di Stato e Regione, e di far valere l'esperienza di Ice, Centro estero Camere commercio Piemontesi e altri soggetti piemontesi. Dopo due anni di cooperazione i risultati sono lusinghieri e hanno comportato un reale coordinamento delle attività e dei fondi destinati a questo settore da tutti i soggetti pubblici e privati. Stiamo realizzando un programma promozionale che comporta una spesa congiunta, per il 1999, di 5 miliardi e 700 milioni di lire. Giappone, Medio Oriente, Est Europa e Sud America sono le aree su cui si concentrano i principali interventi. Oltre a proseguire alcune iniziative già avviate con buoni risultati, abbiamo privilegiato la formazione dei giovani manager dei Paesi in via di sviluppo, con l'effettuazione di lezioni teoriche e di stage pratici in azienda.



L'assessore Pichetto alla Mostra nazionale di artigianato di Saluzzo

Iniziative di promozione sono rivolte anche ai mass-media esteri, per stimolare in particolare il settore agroalimentare e il turismo enogastronomico. Oltre a questi, gli ambiti produttivi cui si indirizzano gli sforzi congiunti di Regione e Mincomes sono la subfornitura, la meccanica, il tessile/abbigliamento e il meccanotessile, la gioielleria, il settore casa. La partecipazione a fiere all'estero per la promozione dei prodotti piemontesi terrà conto di queste priorità”.