

EXIT-exportitalia festeggia la 25ª edizione

Ripercorriamo le tappe della manifestazione con Benedetta Rasponi, presidente di CNA Federmoda Bologna dal 2001 e attuale vicepresidente di CNA Bologna

Benedetta Rasponi è un'impreditrice del settore moda. Ha visto nascere la fiera EXIT-exportitalia e ha assistito alla sua importante crescita fino a oggi.

Signora Rasponi, ci parli di EXIT-exportitalia.

Exit-exportitalia è una fiera storica. È nata a Bologna nel 1994 come un show room della moda ed è arrivata con successo alla 25ª edizione, che si terrà venerdì 24 e sabato 25 novembre al Tiapoint Centergross di Bologna, padiglione 32.

Quali sono le caratteristiche della fiera?

È una fiera dove espongono aziende di piccola e media dimensione con un prodotto medio-fine, provenienti da tutta Italia. È rivolta al mercato nazionale e internazionale ed è un ottimo trampolino di lancio per i mercati esteri.

Ci può dare un quadro dell'andamento dell'ultima edizione di maggio scorso?

A maggio si è svolta la 24ª edizione, con la presentazione delle collezioni primavera/estate 2007. Vi è stato un vistoso aumento dei visitatori e dei contatti conclusi dalle aziende.

L'aumento complessivo dei visitatori è stato del 28% rispetto alla 22ª edizione, tenutasi nel 2005, dedicata alla stessa stagione, e del 18% rispetto alla 23ª edizione, sempre del 2005, dedicata alle collezioni autunno/inverno 2006-2007.

Interessante l'incremento di quattro punti percentuali dei visitatori provenienti dall'Europa; in aumento soprattutto greci, spagnoli e portoghesi, mentre per i mercati francese e tedesco vi è stato un interessante ritorno; il Giappone ha confermato i suoi soliti ottimi numeri e l'Italia è risultata in leggero incremento.

Su quali mercati punta oggi EXIT-exportitalia?

EXIT-exportitalia punta a richiamare e sviluppare il mercato europeo e tende ad acquisire nuovi mercati come Russia, Cina, Medio Oriente.

Quali sono i progetti di sviluppo della fiera?

Consolidare l'immagine su nuovi mercati internazionali promuovendo l'evento verso i maggiori gruppi di acquisto

zione delle imprese italiane, e in particolare delle nostre piccole e medie imprese.

Sul fronte internazionale l'associazione si sta impegnando per l'introduzione del marchio di



Benedetta Rasponi



origine obbligatorio per le produzioni extra-UE.

Si ritiene ancora vitale lavorare per l'ampliamento dei mercati esteri e, nei confronti dei prodotti dei mercati emergenti, è urgente impegnarsi per l'abbattimento delle barriere tariffarie e non tariffarie.

C. B.

orientati a un prodotto interamente realizzato in Italia; effettuare una sempre più accurata selezione degli espositori in base al prodotto; costruire importanti eventi collaterali; attivare anche la promozione del sistema territoriale bolognese in modo da dare un'offerta complessiva agli operatori esteri.

Su cosa punta più in generale CNA, che fin dalle origini organizza EXIT-exportitalia, per rivitalizzare il settore moda?

Puntiamo a sostenere il *Made in Italy* attraverso varie azioni di supporto alla promo-

