

stazioni internazionali, sui primi 20 organizzatori, fa capo a quartieri. Così, manifestazioni potenzialmente competitive rimangono in quartieri piccoli e inadatti, mentre i grandi quartieri internazionali si "inventano" nuove manifestazioni, che finiscono per danneggiare il concorrente nazionale a vantaggio degli esteri.

Qual è la vostra proposta?

I temi sono delicati e permangono differenze negli interessi tra le diverse categorie di operatori. Tuttavia dobbiamo rimproverarci, come operatori della filiera, di non aver saputo fare sistema, presentarci uniti di fronte ai politici che hanno potuto fino a oggi ignorarci, con davvero poche eccezioni. Uno degli obiettivi del Forum dello scorso anno e della collaborazione con Cfi per quello di quest'anno è stato proprio il riconoscersi industria, parte della stessa filiera, trovare punti comuni su cui rafforzare il nostro sistema fieristico in un mercato sempre più competitivo.

Il prossimo passo è costruire un manifesto della filiera fieristica, che sintetizzi in pochi punti la visione dell'industria fieristica.

Identifichiamo quali siano gli ambiti in cui lo stato centrale deve tornare ad aver un ruolo di coordinamento e diventiamo noi attori attivi del processo, sia questo finalizzato ad una cabina di regia oppure ad una legge quadro nazionale. ■

no con scelte di consumo in altri settori (design, arredo, auto, eno-gastronomia, artigianato di qualità, turismo, cultura...). Questo vale soprattutto per la moda italiana perché quelle merceologie costituiscono nel loro insieme la qualità, l'identità e la forza del Made in Italy.

c) L'importanza dell'iniziativa culturale. Per Pitti Immagine l'iniziativa culturale non è semplicemente collaterale all'attività fieristica: ne è una logica estensione, derivante dal ruolo centrale che la dimensione culturale ha per i prodotti di moda. Per gli espositori le varie forme che questa iniziativa assume (mostre, eventi artistici e di spettacolo, sfilate, incontri, seminari, pub-

PUNTO DI VISTA. PARLA IL PRESIDENTE AEFI RAFFAELE CERCOLA

Una Aefi più forte per rappresentare il sistema fieristico italiano

di Luca Bianco



Raffaele Cercola

Abbiamo chiesto al presidente Aefi, Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, di illustrarci i risultati dell'attività dell'associazione nel 2007 e quali sviluppi prevede per il futuro.

Quali sono gli eventi e le novità più importanti che hanno visto Aefi protagonista nel 2007?

Aefi ha sostenuto lo sviluppo del sistema fieristico italiano attraverso il continuo lavoro dei suoi organi istituzionali; ha rappresentato le fiere italiane nell'ambito dell'Ufi, svolgendo un'attività di stimolo agli scambi con analoghe associazioni a

blicazioni) sono momenti di valorizzazione ulteriore dei loro prodotti. Per i visitatori forniscono informazioni vitali sui rapporti della moda con altri settori e linguaggi.

d) L'integrazione della fiera con la città. Pitti Immagine, per i suoi incontri fuori-fiera utilizza sempre più spesso luoghi non delegati che possono anche cambiare di volta in volta. Puntare sul set di alta qualità di vita e sulla pluralità d'immagine della città che li ospita amplifica il successo degli appuntamenti di moda. Non è solo questione di infrastrutture e servizi efficienti: la capacità della città di offrire un ambiente stimolante diventa un fattore competitivo estremamente importante.

livello internazionale; è stata fra i protagonisti del 2° Forum della Filiera fieristica; ha realizzato il progetto *Le fiere italiane: cultura, qualità dell'ambiente e innovazione per il mercato globale*, nell'ambito dell'accordo di settore col Ministero del commercio internazionale e l'Ice; ha commissionato il volume *Italiafiera - Dalle Esposizioni Universali al mercato globale 1861-2006*; ha realizzato l'opuscolo *Le fiere italiane: passaporto per il mondo*, affinché gli operatori internazionali possano approfondire la conoscenza del sistema fieristico italiano; ha commissionato al Touring Club Italiano la guida *Fiere ed Esposizioni in Italia*, che evidenzia il legame tra i quartieri fieristici e il proprio territorio.

Siete soddisfatti dei risultati del 2007?

Benché non siano ancora disponibili i dati aggiornati al 31/12/07, posso indicare alcuni valori riferiti al 2006 e che, in linea di massima, sono stati confermati anche per il 2007: oltre 120 mila espositori diretti con circa 160 mila marchi rappresentati; 22 milioni di visitatori; 1000 manifestazioni, di cui il 20% internazionali; un giro d'affari per 10 miliardi di euro annui; decine di migliaia di occupati, diretti e nell'indotto.

Come vede il futuro di Aefi?

Come ampiamente discusso al Secondo Forum, l'Aefi vuole assumere un ruolo istituzionale più forte, per rappresentare il settore a livello sia nazionale sia regionale. Aefi si propone come interlocutore privilegiato in quanto è in grado di unificare le diverse espressioni del settore fieristico sul territorio locale, regionale o sovranazionale e coordinarne crescita e sviluppo. E questo programma Aefi vuole condividerlo con le altre associazioni nazionali (quali il Cfi). L'impegno primario è di lavorare assieme, a partire dal prossimo 14 marzo, data del 25ennale

Aefi, in cui si terrà un'assemblea per lo sviluppo della collaborazione con altre associazioni.

I principi dell'accordo sono:

a) trasparenza: occorrono regole, dati e informazioni "certi". Per questo si chiede che lo Stato approvi un intervento quadro che dia gli indirizzi generali del sistema, ne assicuri un primo coordinamento centrale e disciplini e tuteli la concorrenza. È auspicabile che le Regioni impongano la certificazione dei dati a tutti gli operatori del sistema che vogliono godere di contributi e provvidenze pubbliche;

b) sviluppo: gli sforzi collettivi si dovranno concentrare su alcuni assi strategici, quali l'internazionalizzazione, l'innova-

Le istituzioni locali, che spesso hanno il controllo dei quartieri fieristici, scrivono le regole del mercato

zione di processo e di prodotto (ad esempio con formule evolute non più basate sulla mera presentazione verticale di merceologie classiche), il miglioramento dei servizi, le risorse umane;

c) identità: per dare autorevolezza e consapevolezza al sistema occorre costruire un unico soggetto che rappresenti il settore. Il primo passo potrebbe essere una strategia comune sulle questioni di fondo. Il passo successivo dovrebbe vedere la creazione della federazione delle associazioni del comparto, che potrà assumere maggiore capacità contrattuale con le istituzioni e potrà far accrescere il vissuto delle fiere nell'opinione pubblica; infine, potrà agevolare la messa a sistema di risorse, conoscenze e competenze con l'intento di valorizzare sempre più l'intero sistema fieristico. ▶