

INTERNAZIONALIZZAZIONE. DOPO USA, CINA E GERMANIA

Il sistema fieristico italiano al quarto posto nel mondo

Cancellata l'ICE e creata la Cabina di Regia, la principale vetrina sul mondo del "made in Italy" necessita di adeguate risorse per la promozione internazionale

di Franco Bianchi*

Il processo di internazionalizzazione delle imprese e la promozione del "made in Italy" devono molto del loro successo al contributo che le fiere specializzate hanno dato dal dopoguerra ad oggi.

Unanime è il giudizio sulla funzione strategica e strumentale del servizio fieristico che, in Italia, ha raggiunto livelli di risonanza internazionale: infatti il sistema fieristico italiano è accreditato al quarto posto nel mondo dopo USA, Cina e Germania.

In particolare lo strumento fieristico rappresenta la più importante vetrina sul mondo, specialmente per le piccole e medie imprese che, in Italia, rappresentano l'ossatura della struttura produttiva del Paese.

Ciò premesso, la riforma delle politiche per l'export, varata con la manovra finanziaria di luglio 2011, e che ha comportato la cancellazione dell'Istituto del Commercio Estero - ICE e la creazione della Cabina di Regia, copresieduta dai Ministri dello Sviluppo Economico e degli Affari Esteri, non può non considerare con la migliore attenzione, nella elaborazione delle rinnovate strategie, il ruolo delle fiere specializzate.

Obiettivo principale degli Organizzatori si conferma quello di creare in Italia periodicamente un momento di mercato di valore internazionale e, conseguentemente, la partecipazione dei più qualificati buyer è condizione per il successo delle manifestazioni: in tal senso una adeguata politica di acquisizione di visitatori professionali,



utilizzando risorse da riservare alla promozione del sistema, resta uno degli obiettivi che CFI si ripropone a favore degli organizzatori di fiere internazionali.

La promozione del sistema fieristico nazionale e delle sue componenti attraverso efficaci azioni di comunicazione sulle principali piazze mondiali è altrettanto sostanziale, così come può esserlo l'organizzazione di eventi espositivi con la presenza di qualificate imprese italiane, sotto il vessillo dei più rinomati marchi fieristici.

La presentazione all'estero di una qualificata selezione dell'offerta fieristica italiana è certamente di richiamo per le manifestazioni che sono organizzate in Italia.

Sono questi gli obiettivi che devono formare oggetto delle nuove strategie

per l'internazionalizzazione affidati alla Cabina di Regia insediatisi ad inizi di agosto con l'intento di perfezionare le metodologie di una efficace presenza sui mercati a sostegno delle imprese che, al momento, si sentono orfane della assistenza finora assicurata dall'ICE.

Altrettanto perplessi e preoccupati sono gli Organizzatori fieristici che, con la soppressione dell'ICE, si sono visti annullati, per il taglio delle risorse, i progetti programmati all'estero per promuovere le manifestazioni in calendario per l'anno 2012, mettendone a rischio il più ampio successo.

Ultima riflessione sull'impegnativo compito affidato alla Cabina di Regia: con l'elaborazione delle rinnovate strategie, ci si dovrà fare carico di reperire risorse economiche adeguate all'efficacia delle iniziative da adottare.

* **Segretario Generale**

CFI - Comitato Fiere Industria
Agenzia di Confindustria per le Fiere

Rete Imprese Italia sulla manovra economica

"Lo vogliamo ribadire: con questa manovra siamo costretti a bere una medicina amara che, da sola, non potrà portare miglioramenti e benefici all'economia, all'impresa e al lavoro".

Così Ivan Malavasi, presidente di Rete Imprese Italia (che associa Casartigiani, Cna, Confartigianato, Confcommercio, Confesercenti), commenta il via libera della Camera.

"È depressiva, non riduce la spesa pubblica improduttiva, non contiene strumenti in grado di stimolare la crescita. Si rafforza dunque l'esigenza di scelte politiche e di azioni in grado di rilanciare lo sviluppo e di incidere sul deficit e sul debito. Rimangono ancora aperti tutti i problemi legati alle riforme strutturali - conclude Ivan Malavasi - alla capacità di investire un percorso che rischia di ipotecare il futuro delle giovani generazioni e dell'intero Paese". ■

COLORCOM
EXHIBITION SOLUTIONS
www.colorcom.it

**ESPERIENZA
CREATIVITÀ
ORGANIZZAZIONE**