

Focus Imprese

La strategia

Come intercettare gli ordini le fiere vanno oltre confine

MILANO

Il settore è stato tra i comparti più provati dalla pandemia a causa dello stop forzato. Bologna prima per fatturato realizzato all'estero

Per le imprese italiane occorre oggi più che mai riuscire a presidiare i mercati internazionali, così da intercettare la ripresa della domanda che dovrebbe caratterizzare il post pandemia. E in questo quadro si conferma strategico il ruolo da "volano" per l'economia e per l'export delle aziende rivestito dalle fiere, che si preparano a ripartire ufficialmente domani martedì 15 giugno. Una funzione che, secondo Antonio Bruzzone, direttore generale di BolognaFiere, «è emersa con ancora più enfasi in questo periodo di emergenza pandemica, in cui tutte le rassegne espositive hanno dovuto mettersi in stand-by. Basti pensare che il 60% della quota export del made in Italy nasce dalla partecipazione agli eventi trade organizzati dai grandi player espositivi».

LE INIZIATIVE PER I BUYER STRANIERI

Si tratta di un settore che è stato tra i comparti più provati dalla pandemia nel 2020, a causa dello stop forzato che ha causato perdite di fatturato del 75-80% rispetto al 2019, quando il sistema fieristico aveva generato 1,1 miliardi di euro di ricavi.

Un periodo difficile che ha però rappresentato un'occasione in termini di tempo in cui gli operatori del settore hanno potuto fermarsi e valutare come innovare la propria offerta. Si tratta di una fase che è stata vissuta anche da BolognaFiere all'insegna della progettualità. «Durante il lockdown abbiamo implementato l'uso del digitale per sostenere l'export delle imprese. Ad esempio abbiamo messo in campo per i vari settori un intenso programma di webinar e piattaforme di matching per supportare il confronto fra produttori e buyer». L'intento è proseguire in questa direzione anche nei prossimi mesi, con iniziative mirate a favorire le occasio-

ni di business con i buyer stranieri che non potranno ancora essere presenti fisicamente. «Sarà infatti possibile partecipare a incontri via web con le aziende e visionare prodotti e materiali attraverso degli showroom virtuali». In questo filone si inserisce l'accordo realizzato con Alibaba.com per l'apertura sulla piattaforma cinese di padiglioni dedicati a diverse manifestazioni di BolognaFiere. «Si tratta di uno spazio virtuale dove le aziende possono mettere in vetrina i propri prodotti e interagire con un bacino di 30 milioni di buyer internazionali».

LE MANIFESTAZIONI OLTRE CONFINE

Di pari passo, l'obiettivo è sostenere l'export delle aziende tricolore anche attraverso l'organizzazione di eventi oltre confine. «Siamo i primi operatori italiani per quota di fatturato realizzato all'estero (più del 30% del giro d'affari) in mercati chiave come Asia, Russia, Stati Uniti ed Europa. Siamo stati, inoltre, i primi a esportare le nostre manifestazioni, offrendo così alle imprese ulteriori opportunità di sviluppo sui mercati esteri».

Tra i paesi strategici spicca la Cina, dove BolognaFiere ha aperto una propria sede che opera attraverso la società del gruppo Bf China. Oltre a realizzare eventi in loco, quest'ultima è impegnata anche nelle strategie di *incoming* di espositori/operatori asiatici presso le manifestazioni che si tengono in Italia.

Importante in chiave di internazionalizzazione è il network Cosmoprof che ha dato vita a una community internazionale composta da cinque show internazionali - Cosmoprof Worldwide (Bologna), Asia (Hong Kong), Nord America (Las Vegas), India (Mumbai) e Cbe (Asean Bang-

kok). Tra i prossimi obiettivi sul fronte internazionale rientra il lancio della fiera "Marca China", che si terrà dal 12 al 14 agosto presso il quartiere fieristico di Shenzhen. «Stiamo inoltre pensando al lancio, sempre in Cina, di una nuova manifestazione legata al biologico».

GLI EVENTI IN PARTENZA

Il primo evento post ripartenza per BolognaFiere sarà Tanexpo, esposizione internazionale di arte funeraria e cimiteriale in programma dal 1 al 3 luglio, mentre a settembre si tornerà a pieno regime con Sana, salone dedicato al naturale e al biologico. A questo si affianca il lancio di nuovi eventi, come Sanatech, nuovo salone tematico che offrirà una visione globale su tutto il processo produttivo del biologico. «Abbiamo inoltre stretto un'alleanza con l'azienda di servizi Mirumir per lanciare in parallelo alle nostre fiere H2O e CH4, focalizzate rispettivamente sul settore idrico e sulle tecnologie e i sistemi per il trasporto del gas, una serie di eventi dedicati a temi paralleli». Questi ultimi spaziano dalla fiera sugli impieghi dell'idrogeno (Hese) a Dronitaly, dedicata al settore dei droni professionali, fino a Fuelsmobility, che si concentrerà sul mondo delle stazioni di servizio. Infine, «è attualmente in corso (fino a giovedì 17 giugno) in versione digitale la Bologna Children's Book Fair, dedicata all'editoria per



bambini e ragazzi. Al riguardo in linea con l'apertura a nuove opportunità, nell'ambito della fiera è stata implementata l'offerta di nuovi progetti e contenuti online che dettano la via a un nuovo ramo di attività con iniziative attive in ambiente digitale 365 giorni all'anno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il personaggio



Antonio Bruzzone
direttore generale di BolognaFiere molto attiva anche sul fronte delle esposizioni realizzate all'estero

60

PER CENTO

Il 60% della quota export nasce dagli eventi trade organizzati dai grandi player

80

PER CENTO

Lo stop forzato ha causato perdite di fatturato del 75-80%