

La sfida dello sviluppo

Cinque trend vincenti per le fiere globali

Le parole chiave 2018 secondo l'associazione mondiale Ufi: nuovi modelli di business, più digitale e investimenti nei quartieri espositivi, nella sicurezza e nella formazione

di Roberta Miraglia

Venti protezionistici e tensioni politiche non scalfiscono l'espansione dell'industria fieristica mondiale, che cresce a un passo più sostenuto dell'economia. L'innovazione - di prodotto, spazi e formule - permette alle fiere di iniziare l'anno con ottimismo, in barba ai dazi di Donald Trump. Nel 2018 le stime prevedono ulteriori incrementi di business, grazie alla resilienza e capacità di adattamento che stanno trasformando il settore.

«Analisti e operatori in diverse aree geografiche si aspettano mercati forti, con crescita a doppia cifra - spiega Kai Hattendorf, direttore generale di Ufi, associazione globale dell'industria fieristica -. Dal nostro barometro di gennaio emerge che il 72% delle aziende di settore vedrà un aumento di fatturato nella prima metà dell'anno e il 77% nella seconda parte». Brasile, Germania, Macao, Stati Uniti e Regno Unito brilleranno in modo particolare. «Gran parte degli operatori sta cercando di sviluppare nuove attività - continua il manager - e segnala di attendere dai modelli di business innovativi tra il 5 e il 10% del fatturato nei prossimi cinque anni. Per un quarto delle società interpellate dal sondaggio, poi, le attività non tradizionali genereranno oltre il 25% delle entrate nel giro di un decennio».

È proprio la "contaminazione" una delle tendenze dell'industria fieristica che si rafforzerà quest'anno. Nel 2018, secondo l'Ufi, si consoliderà la fusione tra esposizioni in senso stretto e organizzazione di eventi, congressi, conferenze. «Sotto la spinta del bisogno delle comunità digitali di incontrarsi faccia a faccia, assistiamo all'evoluzione di alcuni format ibridi (come il Web summit) che sono in parte fe-

stival, in parte fiera», osserva Hattendorf. Probabilmente si verificheranno fusioni tra organizzatori tradizionali di fiere e nuovi attori dell'entertainment che si intreccia a eventi B2B. Le trasformazioni richiederanno nuove professionalità - la ricerca di personale qualificato è la seconda tendenza del 2018 individuata da Ufi - che potranno arrivare da altre industrie, aggiungendo diversità al management.

Terzo fattore da tenere d'occhio: la digitalizzazione, che testerà al meglio, nei prossimi mesi, la capacità di adattamento dell'industria espositiva, alle prese con investimenti principalmente in due aree: la creazione di modelli di business nei quali il marketing possa utilizzare l'enorme mole di dati a disposizione e l'introduzione di nuovi prodotti negli spazi esistenti, dove costruire soluzioni complesse e interattive per i clienti delle fiere.

Il core business, in ogni caso, avrà buon vento perché beneficerà del cambiamento nell'allocatione delle risorse da parte delle società, che spendono meno in pubblicità e più in eventi. Per questo, un po' ovunque, gli enti fieristici aggiungono spazi (quarto trend 2018 secondo l'Ufi). «Gli investimenti in padiglioni e infrastrutture sono un segnale forte: mostrano un impegno a lungo termine in quest'industria - conferma Corrado Peraboni, neo-presidente Ufi e manager fieristico di lungo corso -. Quando gli enti spingono su nuovi spazi, il mercato cresce non appena i padiglioni aprono».

Questo filone di sviluppo proseguirà nel 2018. In Germania, Messe Frankfurt ha ormai investito quasi un miliardo di euro negli ultimi dieci anni per la modernizzazione dei suoi quartieri espositivi. L'ultimo nato, il padiglione Hall 12, che verrà inaugurato il prossimo autunno, è costato circa 250 milioni e punta sulla sostenibilità, con una centrale fotovoltaica da

1,5 MW e un'efficienza energetica spinta (con consumi del 45% inferiori alle normative tedesche). Saranno tre gli impianti fotovoltaici sui tetti dei padiglioni nel quartiere di Francoforte (ognuno dei quali eroga energia pari al fabbisogno di 400 case). «L'highlight architettonico si integra armoniosamente nell'infrastruttura esistente - aggiunge Detlef Braun, membro del Comitato direttivo di Messe Frankfurt - il nuovo edificio, funzionale e al contempo iconico, ha una superficie di 33.600 metri quadrati su due livelli, che possono essere divisi consentendo di creare spazi di dimensioni diverse in base alle esigenze».

Un'attenzione speciale alla sicurezza (con investimenti in sistemi di videocontrollo hi-tech) - quinto trend identificato dall'Ufi per il 2018 - è stata invece posta nel piano di ampliamento e revamping dei padiglioni di Bologna-Fiere, un altro degli enti che nel 2018 inaugurerà nuovi spazi, nel solco di quella crescita che caratterizza l'industria a livello globale.

In conclusione, il censimento Ufi 2017 ha restituito l'immagine di un'industria vitale, che vale 49 miliardi di euro e conta su spazi espositivi da 34,6 milioni di metri quadrati, in aumento del 7,2% negli ultimi sei anni. È l'Asia l'area più dinamica, guidata dalla Cina: dal 2011 ha visto crescere del 24,4% lo spazio espositivo, a fronte di un +2,7% dell'Europa. Nella top ten dei Paesi, l'Italia si colloca quarta, dopo Stati Uniti, Cina e Germania. Una posizione da leader, che potrebbero rafforzarsi se le fiere italiane facesse propri i cinque trend segnalati dall'associazione internazionale. L'attenzione italiana non manca: sarà Verona fiere (forte del ruolo di primo vicepresidente continentale del suo direttore generale, Giovanni Mantovani) a ospitare la conferenza europea Ufi, dal 2 al 4 maggio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tre numeri chiave

49 miliardi

Il fatturato mondiale delle fiere
Dato Ufi al netto del giro d'affari generato negli stand e dell'indotto creato nelle città

3 miliardi

Il giro d'affari dei quartieri italiani
Un miliardo circa il fatturato degli associati Aefi, più due miliardi stimati realizzati dagli organizzatori

2,3

I milioni di mq tricolori
L'ampia superficie espositiva indoor su 43 fiere colloca l'Italia al quarto posto mondiale del settore