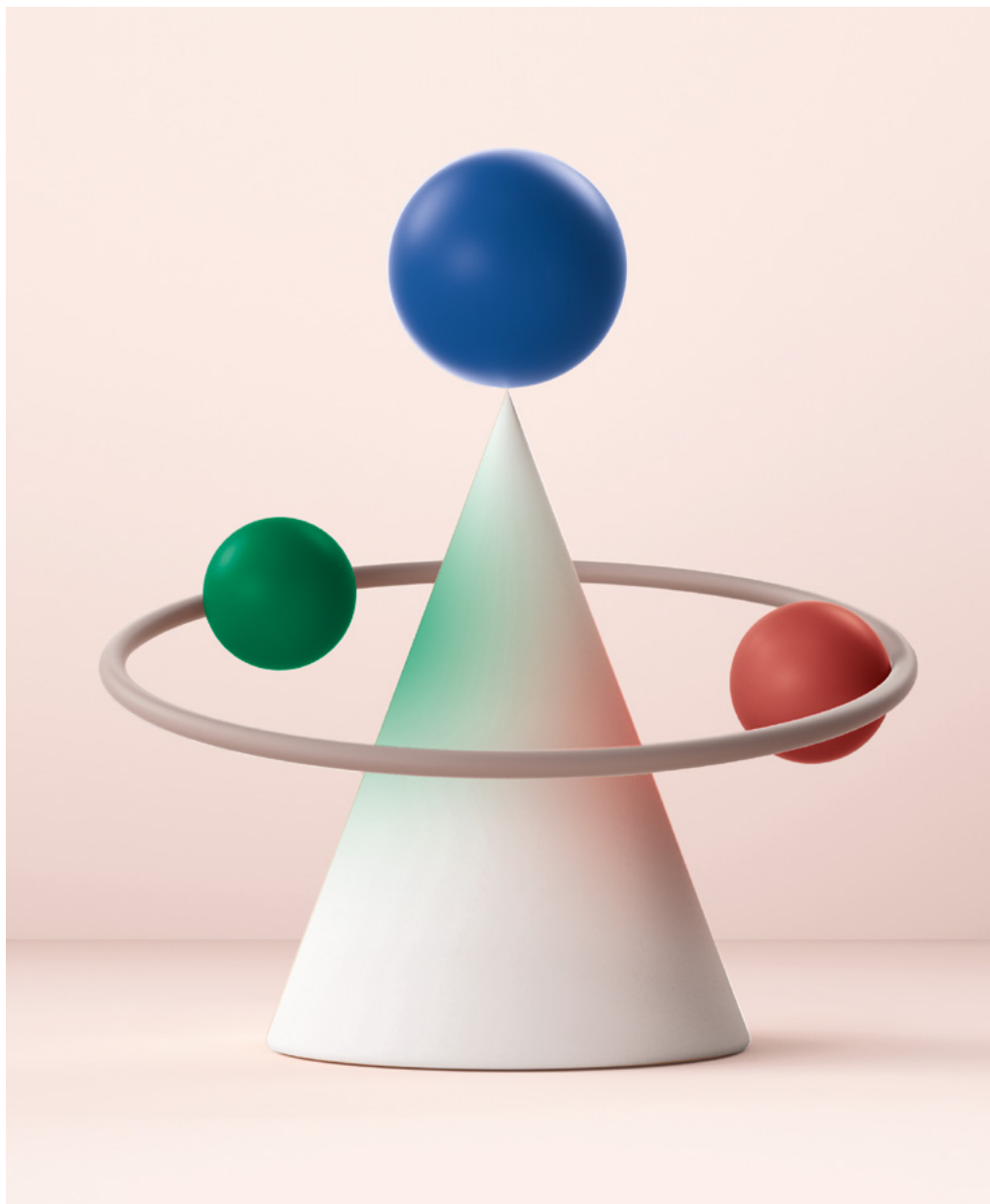


L'Italia delle fiere internazionali: competere, attrarre, innovare

Un'analisi sistemica del ruolo delle fiere e dei congressi nel posizionamento internazionale del sistema produttivo italiano, tra concorrenza globale e nuove politiche industriali.





Le riflessioni presentate in questo documento si inseriscono nel dibattito avviato sia da istituzioni europee, sia dal Governo italiano, sui temi della competitività e dello sviluppo economico in uno scenario contrassegnato da tensioni geopolitiche, trasformazioni tecnologiche, emergenze ambientali e sfide socio-economiche sempre più complesse e in rapido mutamento. Il punto di partenza sono i due documenti strategici elaborati da Mario Draghi ed Enrico Letta, su incarico delle istituzioni europee, volti a delineare il futuro dell'Unione relativamente al rilancio della competitività e a una nuova *governance* di mercato.

A questi si affiancano, con pari rilevanza strategica, le iniziative del Governo italiano, come il processo partecipativo promosso dal MIMIT con il Libro Verde per definire le linee guida della futura politica industriale nazionale, e il Piano d'Azione Strategico per l'export nei mercati extra-UE ad alto potenziale, varato dal MAECI. In tale cornice, questo *position paper* propone un'analisi sistemica del ruolo di fiere e congressi come leve di politica industriale.



Indice

- 1 Fiere e congressi come strumenti strategici per lo sviluppo di un Paese \ 4

- 2 Fiere: espressione di democrazia economica \ 4

- 3 Leadership europea e posizionamento italiano nell'industria fieristica \ 5

- 4 Fiere e congressi: cultura scientifica, motori di innovazione e trasferimento tecnologico \ 6

- 5 Differenziazione e posizionamento strategico delle fiere internazionali italiane \ 7

- 6 Concorrenza internazionale e strategie di alcuni Paesi leader nelle fiere \ 8

- 7 Lo Stato stratega per una politica industriale non ideologica \ 11

- 8 Tutelare l'indipendenza e contrastare l'eccessiva concentrazione \ 11

- 9 Consolidare il posizionamento italiano e attrarre grandi eventi internazionali \ 15

- 10 Rafforzare le connessioni tra sistema fieristico e diplomazia economica \ 19

- 11 Conclusioni \ 20

Estratto da: l'Italia delle fiere internazionali \ 22

Chi è IT-EX \ 26

La fonte dei dati forniti in questo position paper, se non diversamente specificato, è il Centro Studi IT-EX

1. Fiere e congressi come strumenti strategici per lo sviluppo di un Paese

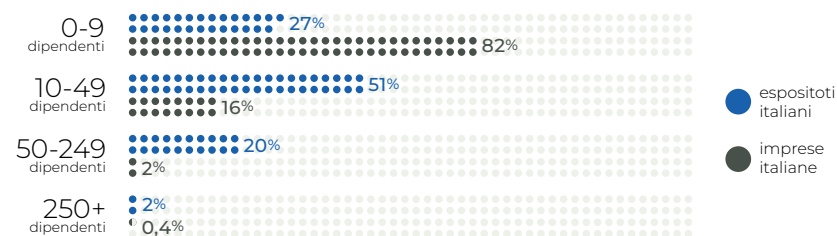
Fiere e congressi non sono semplici strumenti di marketing territoriale: sono infrastrutture complesse che generano valore industriale, scientifico e culturale. Le fiere, in particolare, svolgono un ruolo essenziale per la manifattura e per l'economia reale: sono momenti di incontro tra produttori, fornitori, distributori, buyer, startup e innovatori, e costituiscono piattaforme ideali per lo sviluppo commerciale e l'internazionalizzazione delle imprese. I congressi, d'altra parte, rappresentano i luoghi della conoscenza e del confronto tra le comunità scientifiche e tecniche, dove si definiscono le agende della ricerca e si tracciano le traiettorie future dell'innovazione. Attraverso questi eventi, si attivano processi di trasferimento tecnologico, si generano sinergie tra pubblico e privato e si stabiliscono standard qualitativi e tecnologici condivisi a livello globale. In tal senso, fiere e congressi sono strumenti chiave per la competitività delle economie nazionali e per il progresso scientifico internazionale.

2. Le Fiere, espressione di democrazia economica

Le fiere costituiscono un'infrastruttura economica 'aperta': a differenza delle piattaforme digitali a forte concentrazione monopolistica offrono spazi ampi e accessibili in cui imprese grandi e piccole competono alla pari, presentano innovazioni e raccolgono segnali di mercato in modo diretto. Rispetto alle dimensioni delle imprese manifatturiere italiane, gli espositori di IT-EX – Italian Association of International Exhibitions – hanno una dimensione maggiore: 39 dipendenti in media rispetto ai 10 a livello nazionale. Il 51% sono piccole imprese, il 20% sono medie e non è trascurabile la quota delle micro (27%); rilevante, inoltre, è la presenza delle start up (5%).

Per le micro e piccole imprese (MPMI), spesso prive di strutture commerciali internazionali, la partecipazione a una fiera internazionale rappresenta l'occasione per entrare in contatto diretto con buyer e clienti esteri, osservare tendenze di settore, presentare nuovi prodotti e testare il mercato. Senza trascurare l'opportunità di avviare collaborazioni preziose con startup, centri

Figura 1 \ Distribuzione dimensione d'impresa: confronto espositori IT-EX e aziende manifatturiere (Italia)



di ricerca, fornitori e stakeholder pubblici. Va da sé, dunque, che la fiera rappresenta un meccanismo di rigenerazione del tessuto industriale: fa crescere le imprese, promuovendo la loro internazionalizzazione.

3. Leadership europea e posizionamento italiano nell'industria fieristica

L'Europa detiene una posizione di leadership globale nel settore fieristico e congressuale. Il 40% delle superfici fieristiche mondiali affittate¹ si trova in Europa, superando significativamente Asia (29%) e Nord America (22%)². Ancora più rilevante è la quota del 57% detenuta nel mercato dei congressi intergovernativi e associativi, a testimonianza della capacità del continente di attrarre e organizzare grandi eventi scientifici e istituzionali. L'Italia si inserisce con forza in questo contesto, grazie alla presenza di manifestazioni di rilevanza internazionale, organizzate prevalentemente da associazioni di categoria e profondamente radicate nei settori produttivi strategici del Made in Italy. Le fiere rappresentate da IT-EX vedono una

1. Per superfici affittate si intende la somma degli spazi pagati e affittati dagli espositori per gli stand di tutte le fiere presenti a calendario, varia a seconda della fiera, è indicatore dell'attività; per capacità espositiva si intende tutto lo spazio a disposizione in modo permanente di un quartiere fieristico da vendere per organizzare o ospitare una fiera, non varia di anno in anno, è indicatore dello stock a disposizione.
2. Elaborazione dati Centro Studi IT-EX su dati GIPR 2024.



partecipazione internazionale molto elevata: il 39% degli espositori e il 35% dei visitatori sono esteri, con punte che, in alcune fiere, superano il 50%, a fronte di una media nazionale rispettivamente del 16% e del 7%.

Un dato più di tutti conferma il valore attrattivo e dinamico delle manifestazioni fieristiche: le imprese manifatturiere italiane realizzano in media il 16% del proprio fatturato con l'export, mentre per gli espositori italiani di IT-EX il dato sale al 39%. Tali aziende, infatti, hanno un presidio forte dei mercati esteri con una presenza media stabile in 14 Paesi, contro una media nazionale che non va oltre i 3 Paesi³. Inoltre, sono esportatori di lungo corso, in media da 26 anni. In Italia, le aziende manifatturiere che esportano sono circa il 22,3%⁴, mentre gli espositori che esportano sono ben l'89%.

4. Fiere e congressi: cultura scientifica, "motori" di innovazione e trasferimento tecnologico

Le fiere e i congressi sono catalizzatori di innovazione. Uno studio condotto sulle imprese italiane che partecipano alle fiere di IT-EX rivela che il 56% degli espositori introduce innovazioni, studia nuove soluzioni o migliora i propri prodotti/servizi a seguito della partecipazione a una fiera. Il dato è ancora più significativo in fasi di recessione, durante le quali la fiera si trasforma in un momento chiave per la riconfigurazione competitiva delle imprese. I congressi scientifici, dal canto loro, sono ambienti d'eccellenza per la condivisione della conoscenza. L'esempio di IAC 2024 (International Astronautical Congress), organizzato a Milano con il coinvolgimento di ASI, Leonardo e AIDAA, è emblematico: oltre 11.200 delegati da 120 Paesi, più di 7.000 abstract scientifici, 500 espositori, tra cui tutte le principali agenzie spaziali mondiali. Ulteriore esempio, il XXVIII Congresso Nazionale della Società Chimica Italiana ospitato nell'agosto del 2024 a Milano: "Elementi di futuro". L'evento, grazie ad un'ampia area espositiva, ha offerto la possibilità di conoscere ed esplorare soluzioni tecniche innovative nei diversi campi della chimica, arricchendosi di una nutrita partecipazione di scienziati e professionisti del

³. Elaborazioni Centro Studi IT-EX su Competitività dei settori produttivi, ISTAT 2024.
⁴. Ibidem.

panorama italiano e internazionale. Decine i relatori nelle diverse sessioni di lavoro, plenarie e tematiche, con quasi 2.000 interventi proposti.

Le fiere sono anche ambienti privilegiati per l'ibridazione tra imprese consolidate e start-up. La presenza di queste ultime nelle fiere internazionali raggiunge il 5%, superiore alla media nazionale, pari al 3,2%. Grazie alla loro cultura digitale e a nuovi modelli di business, le start-up contribuiscono alla fertilizzazione tecnologica dei comparti industriali, promuovendo innovazione e accelerando i processi di digitalizzazione, sostenibilità e adozione di tecnologie avanzate, incluse quelle legate alla cybersicurezza.

5. Differenziazione delle fiere e posizionamento strategico delle fiere internazionali italiane

Le fiere non sono tutte uguali, sono quelle fortemente internazionali a generare valore e innovazione. Nell'universo IT-EX (oltre 11.000 espositori e 750.000 visitatori esteri nel 2024) è possibile distinguere almeno tre tipologie fondamentali⁵ che riflettono obiettivi, strategie e modalità di partecipazione differenti:

- **Fiere Hub:** sono le manifestazioni a più alta internazionalizzazione, capaci di attrarre sia espositori che visitatori da molteplici mercati geografici. Rappresentano il punto di riferimento per l'intero settore economico coinvolto. Si caratterizzano per una quota superiore al 25% di espositori e al 20% di visitatori esteri, con punte che superano il 50%. Si distinguono non solo per la capacità di generare opportunità di business, ma soprattutto perché contribuiscono in maniera significativa alla definizione di standard qualitativi e tecnologici a livello globale. La loro presenza in Italia è un asset strategico da valorizzare.
- **Fiere dell'Export:** si rivolgono a buyer internazionali interessati a entrare in contatto con le eccellenze produttive italiane. In questi casi, il nostro

⁵. Elaborazione Centro Studi IT-EX su F. Golfetto, vari anni.



Paese agisce da piattaforma di proiezione commerciale dei propri settori leader, facendo leva sul valore del Made in Italy e sulla forza dei suoi distretti produttivi (presenza di visitatori > 20%).

- **Fiere dell'Import:** attirano espositori esteri interessati a entrare nel mercato italiano, offrendo occasioni di investimento e partnership (presenza di espositori >25%).

Le fiere di IT-EX sono strumenti di soft power, capaci di posizionare il Paese in filiere chiave della produzione mondiale. Il loro impatto non è solo economico, ma anche culturale e simbolico: rafforzano l'identità industriale italiana, promuovono lo scambio di conoscenza e consolidano relazioni durature tra imprese, istituzioni e comunità scientifiche. La loro attrattività è spesso legata alla presenza di distretti produttivi dinamici e di territori dotati di un forte milieu innovateur: ecosistemi locali capaci di alimentare sinergie tra imprese, ricerca e istituzioni, generando valore per un intero comparto.

6. Concorrenza internazionale e strategie di alcuni Paesi leader nelle fiere

La competizione nel panorama fieristico internazionale è sempre più marcata, alimentata da politiche pubbliche aggressive, investimenti infrastrutturali massicci e strategie di lungo termine. Ne sono esempi evidenti la Cina e la Germania. La Cina ha ricostruito un'economia di mercato grazie alle fiere, utilizzate come strumento strategico per riavviare gli scambi a livello locale e nazionale⁶. Negli ultimi 20 anni ha realizzato molti quartieri fieristici e ad oggi detiene il 31% della capacità produttiva mondiale del settore (39% se si restringe l'analisi solo ai quartieri fieristici di grandi dimensioni, ovvero maggiori di 100.000 mq). In Cina si tengono circa 1.000 fiere annuali dedicate al segmento business (B2B) nel mercato domestico, rispetto alle circa 1.400 che si svolgono

⁶ Si vedano vari contributi di G. William Skinner e Frank B. Tipton, *Asian Firms: History, Institutions and Management*, EEP, 2008.



in Europa⁷, ma non solo. È stata rafforzata e supportata la partecipazione delle aziende alle fiere in paesi esteri: ogni anno sono presenti collettive⁸ cinesi in circa 1.000 fiere nel mondo, soprattutto in Asia. Le collettive in Europa sono oltre 200, prevalentemente in Germania (75), soprattutto in fiere dedicate all'industria (28%) all'ambiente (12%) e agli accessori per la casa e la persona (11%). Le collettive cinesi nelle fiere italiane sono una ventina, concentrate soprattutto in manifestazioni dedicate alle costruzioni (24%) e al settore food (10%). Oggi il governo centrale cinese ha spostato il focus su una politica di incoming di organizzatori di fiere estere, affinché creino manifestazioni direttamente in Cina. Questa strategia è accompagnata da forti incentivi che coprono fino al 100% il costo dello spazio espositivo e l'ospitalità alberghiera per i visitatori esteri. Il governo cinese, sia a livello centrale che delle provincie, sta inoltre promuovendo l'internazionalizzazione degli organizzatori cinesi nei paesi del sud est asiatico e in altri territori nei quali il Paese ha forti relazioni commerciali.

La Germania da molti anni ha favorito la partecipazione alle proprie manifestazioni sul mercato domestico da parte di tutte le imprese europee e non solo, in linea con una strategia di leadership dimensionale delle sue fiere, talvolta a scapito del loro posizionamento originario. Gli espositori cinesi presenti alle fiere tedesche erano ben 16.000 nel periodo pre- Covid, l'8% del totale e il 13% degli esteri. I visitatori dal sud est asiatico e dall'Asia centrale sono stati 280.000, il 2% del totale e il 9% degli esteri. In questo contesto, le fiere italiane si distinguono per un approccio orientato alla qualità dell'offerta, alla valorizzazione del prodotto esposto e alla costruzione di relazioni stabili tra imprese e buyer. La strategia degli organizzatori italiani, spesso legati ad associazioni di categoria, privilegia il posizionamento settoriale e la reputazione, anche a scapito della dimensione fisica dell'evento. In sintesi, se la Germania punta su leadership dimensionale e apertura, l'Italia si differenzia per qualità dell'offerta, posizionamento settoriale e reputazione. Il caso di Milano Unica rispetto alla scomparsa di Interstoff a Francoforte⁹ ne è un esempio evidente.

⁷. Dati Business Strategy Group, ultimo dato disponibile e data base Fondazione Fiera Milano, 2023.

⁸. Una collettiva è l'insieme di espositori presenti a una fiera con un'identità e spazi espositivi comuni, coordinati da un soggetto specializzato (es. consorzio export, agenzia specializzata in fiere all'estero, camere di commercio, ...); la collettiva è lo strumento utilizzato, anche dalle agenzie pubbliche come ICE, per promuovere l'Export di un determinato Paese.

⁹. Interstoff fiera dedicata al tessile per abbigliamento.

7.

Lo Stato “stratega” per una politica industriale non ideologica

In un contesto globale segnato da transizioni tecnologiche, tensioni geopolitiche e trasformazioni nei modelli di produzione e consumo, lo Stato è chiamato a ricoprire un ruolo strategico nella valorizzazione e nello sviluppo del sistema fieristico nazionale. Non si tratta di un ritorno allo “Stato imprenditore” novecentesco, bensì della nascita di un “Stato stratega”, capace di orientare le politiche industriali e rafforzare gli strumenti a supporto delle imprese più dinamiche e dei settori più promettenti¹⁰.

Le fiere non sono solo strumenti promozionali, ma “dispositivi” di politica industriale e commerciale: rafforzano le filiere produttive, accelerano l'adozione di innovazioni, ampliano i mercati di sbocco e facilitano l'incontro tra domanda e offerta di tecnologie. In questo senso, lo Stato è chiamato ad agire secondo alcune linee prioritarie:

- **tutelare l'indipendenza e contrastare la concentrazione** a livello globale, valorizzando i “campioni nazionali” del settore fieristico e preservando identità e autenticità dei soggetti organizzatori radicati nei territori;
- **consolidare il posizionamento italiano in filiere strategiche e sostenere l'attrazione di grandi eventi internazionali** tramite endorsement istituzionali, incentivi e semplificazioni burocratiche;
- **rafforzare le connessioni tra sistema fieristico e diplomazia economica**, favorendo accordi di libero scambio e collaborazioni industriali bilaterali.

8.

Tutelare l'indipendenza e contrastare l'eccessiva concentrazione

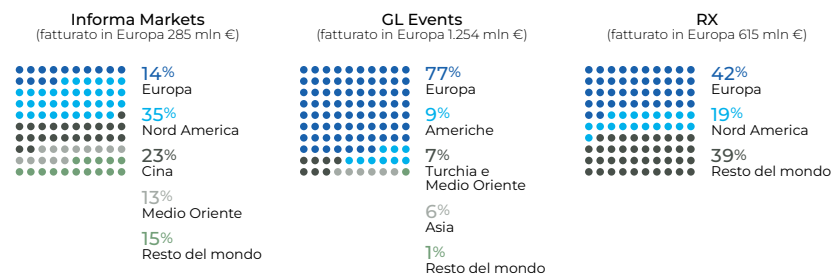
Il mercato fieristico globale sta attraversando una fase di profonda trasformazione, caratterizzata da operazioni di M&A condotte da grandi gruppi multinazionali e fondi di investimento. Le grandi multinazionali hanno ampliato rapidamente i propri “portafogli manifestazioni”, puntando a costruire reti fieristiche globali sempre più integrate. Su un giro d'affari globale stimato in 34 mld di €, i principali player valgono il 40%.

¹⁰. Libro Verde, MIMIT, 2024.



totale. GL Events concentra gran parte della sua attività in Europa, con la Francia che da sola contribuisce per 1 miliardo su 1,2 miliardi di euro di ricavi europei. Anche per RX l'Europa rappresenta una componente significativa del business: con 615 milioni di euro, il continente incide per il 42% del fatturato complessivo.

Figura 3 \ Distribuzione geografica dei fatturati dei primi 3 player fieristici (2023, mln di €)¹²



In questo scenario, le fiere italiane – leader in comparti come moda, design, cosmetica, meccanica e alimentare – rappresentano un target particolarmente appetibile. Molte fiere italiane sono organizzate da associazioni di categoria – ciascuna delle quali organizza solo uno/due eventi fieristici – e sono quindi espressione diretta del sistema produttivo nazionale. Una forza distintiva che potrebbe tradursi in una vulnerabilità strutturale, se non adeguatamente tutelata. Per permettere all'Italia di continuare a giocare al meglio la partita della globalizzazione nei suoi settori di punta attuali, le fiere devono diventare asset strategico e strumento attivo di politica industriale. Buona parte del mantenimento del posizionamento delle nostre produzioni si concretizza proprio durante questi importanti eventi, grazie al soft power che rappresentano. Non si tratta quindi di salvaguardare la fiera in sé, ma il sistema economico nazionale. È necessario proteggere l'autonomia e l'identità delle fiere italiane, che non sono replicabili in altri contesti geografici: esse incarnano tradizioni industriali,

saperi locali e specificità tecnologiche. La tutela dell'autonomia è essenziale per preservare know-how territoriale e presidio delle traiettorie tecnologiche. Paesi come Spagna o Portogallo adottano ad esempio politiche di presidio molto aggressive, consapevoli che la difesa della "sovranità fieristica" sia parte integrante della politica industriale di un Paese. Il caso del Mobile World Congress¹³ di Barcellona è emblematico: dal 2025 al 2030, la Generalitat e il governo spagnolo investiranno 24 milioni di euro all'anno per mantenere l'evento in città (rispetto ai 15 milioni del periodo precedente). Il governo portoghese e il Comune di Lisbona hanno svolto un ruolo cruciale nel garantire la permanenza del Web Summit¹⁴ a Lisbona (in precedenza ospitato a Dublino). Nel 2018 è stato firmato un accordo decennale (2019–2028) che prevede un investimento complessivo di 110 milioni di euro, con un contributo annuale di 11 milioni da parte dello Stato portoghese. L'accordo prevede una clausola penale di 3 miliardi di euro in caso di trasferimento dell'evento in un'altra città. Anche il Comune di Lisbona contribuisce finanziariamente ogni anno, supportando l'organizzazione dell'evento.

9. Consolidare il posizionamento italiano e attrarre grandi eventi internazionali

In molti comparti tradizionali il mercato fieristico tende a una forte concentrazione: rimangono solo una o due manifestazioni di riferimento a livello globale. In questo contesto, risulta strategico mantenere la competitività delle fiere italiane, oggi esposte a campagne di acquisizioni da parte delle multinazionali e dei fondi internazionali, e alla concorrenza di sistemi economici extraeuropei, in particolare asiatici, che adottano modelli di espansione aggressivi, come la Cina. Alcuni settori, come moda e design, vedono l'Italia in posizione consolidata. Gli eventi italiani nei settori tipici del Made in Italy, come ad esempio le fiere organizzate da Pitti Immagine a Firenze, hanno mantenuto rilevanza globale, mentre in altri Paesi europei si registra una contrazione

12. Fonte: elaborazioni Centro Studi IT-EX su dati bilanci 2024 Informa, GL Events e RX.

13. https://www.elnacional.cat/ca/economia/comenca-nova-mwc-barcelona-voluntat-que-queda-se-indefinidament_790137_102.html
 14. <https://www.theportugalnews.com/news/2022-09-18/63-million-from-council-for-web-summit-70346>; https://essencial-portugal.com/en/news-portugal/web-summit-lisbon-2028/?utm_source=chatgpt.com



dell'offerta in questi settori produttivi. Basti pensare che non si tengono più diverse manifestazioni come Interstoff a Francoforte, ma anche IMM e Herren Mode Woche a Colonia, IGEDO e GDS a Düsseldorf. La nautica da diporto italiana rappresentata dalla sua fiera a Genova è un punto di riferimento mondiale.

In comparti più frammentati, come il food, coesistono più eventi leader: ANUGA (Germania), SIAL (Francia), e un'offerta italiana rafforzata dalla collaborazione tra TUTTOFOOD e CIBUS. In questo ambito, la leadership è distribuita. All'interno del comparto, le fiere dedicate alla tecnologia per l'Horeca e il food processing (es. Host e Ipack Ima, Milano) sono segmenti di specializzazione in cui l'Italia detiene una posizione di primo piano. Nel settore dell'edilizia, le principali manifestazioni (BAU e BAUMA) si tengono in Germania, ma anche in Francia e Italia sono attive fiere a vocazione internazionale. L'interesse si concentra oggi su tematiche come riqualificazione edilizia ed efficienza energetica, in linea con le normative europee.

Il comparto digitale europeo evidenzia un ritardo strutturale. Solo 4 delle 50 maggiori aziende tecnologiche mondiali sono europee.

Il mercato è dominato da grandi gruppi globali che non partecipano a fiere, ma promuovono eventi corporate dedicati ai propri ecosistemi di sviluppatori e utilizzatori (es. Microsoft, Apple, Salesforce). In Europa si stimano circa 70 eventi di questo tipo all'anno, con oltre 130.000 partecipanti. L'offerta di strutture congressuali per ospitare tali eventi è molto ampia anche in Italia e godiamo di un buon vantaggio competitivo. Tuttavia, servono strategie di attrazione specifiche.

Nei settori high-tech a elevata intensità scientifica (medicina, spazio, energia, AI, chimica, materiali), segnalati dal Rapporto Draghi e dal MIMIT nel Libro Verde come uno dei settori fondamentali da osservare e sviluppare, i principali momenti di incontro sono i congressi organizzati da associazioni scientifiche. L'assegnazione di questi eventi segue logiche ecosistemiche con un forte coinvolgimento delle Istituzioni che, tramite lettere di invito ufficiali, partecipazione di rappresentanti istituzionali e supporti economici, garantiscono la possibilità di ospitare eventi di portata globale. Esempi rilevanti, che hanno recentemente avuto un forte impatto reputazionale, sono World Gas Conference (WGC, oltre 30 mila partecipanti), World Water Forum (20 mila partecipanti), European Association for the Study of Diabetes (EASD, oltre



15.000 partecipanti), nonché conferenze promosse dalle Nazioni Unite (es. COP Giovani 2021 a Milano). La filiera farmaceutica è caratterizzata da una catena del valore complessa e globalizzata. Le fiere principali, come CPHI¹⁵, sono itineranti e segmentate per area geografica (Europa, Medio Oriente, Asia, Americhe). L'edizione europea del 2024 si è tenuta a Milano. La promozione dei prodotti finiti avviene invece nei congressi delle singole discipline medico-cliniche. Questi eventi, per loro natura itineranti, favoriscono la diffusione della ricerca e la cooperazione tra istituzioni accademiche e imprese. A Milano, durante CPHI, è stato promosso il dialogo tra aziende internazionali e l'ecosistema nazionale dell'innovazione, incluse startup italiane ospitate in un'area dedicata. L'esperienza conferma il ruolo delle fiere come piattaforme di incontro tra industria, ricerca e trasferimento tecnologico. L'UE detiene una posizione avanzata nelle tecnologie pulite¹⁶ (es. turbine eoliche, elettrolizzatori, carburanti low-carbon). Il settore è coperto da un numero significativo di eventi specializzati, tra cui IFAT (Monaco), Pollutec (Lione) ed Ecomondo (Rimini)¹⁷. Il segmento è in crescita e presenta un buon livello di dinamismo. Per consolidarne lo sviluppo, è rilevante favorire l'accesso delle startup innovative, sia per ampliare la base tecnologica, sia per rafforzare la competitività degli ecosistemi locali.

Un aspetto operativo che, pur apparendo marginale, ha un impatto concreto sull'efficacia organizzativa delle manifestazioni internazionali riguarda le procedure per il rilascio dei visti agli operatori stranieri. Gli organizzatori fieristici, così come le imprese italiane ed estere coinvolte negli eventi, invitano regolarmente buyer, delegazioni e professionisti provenienti da Paesi terzi, con i quali non sempre esiste una relazione preesistente o formalizzata. In tali circostanze, l'iter di ottenimento del visto può risultare particolarmente complesso. Nel contesto di un sistema fieristico orientato all'internazionalizzazione e alla competitività, sarebbe buona norma introdurre procedure semplificate e canali dedicati per la partecipazione a manifestazioni fieristiche riconosciute. Un valore aggiunto per mantenere la leadership, migliorare l'accessibilità agli eventi e rafforzare la loro attrattività per gli operatori globali.

¹⁵. Fiera itinerante per l'industria farmaceutica globale.

¹⁶. Il futuro della competitività europea, M. Draghi, 2024.

¹⁷. IFAT – tecnologie ambientali; Pollutec – soluzioni per la lotta al cambiamento climatico; Ecomondo – economia verde e circolare.

10. Rafforzare le connessioni tra sistema fieristico e diplomazia economica

Una politica industriale efficace non può prescindere da una visione integrata con le politiche del commercio internazionale. Ormai si assiste quotidianamente al ritorno di misure protezionistiche, che per loro natura ostacolano la crescita condivisa dell'economia globale, alimentando dinamiche di frammentazione anziché di cooperazione. Per questo motivo, è fondamentale affiancare alla politica industriale incisive strategie di diplomazia economica, così da garantire che gli investimenti pubblici generino benefici duraturi e non vengano vanificati da barriere o tensioni internazionali.

Per i paesi a forte vocazione esportatrice, come l'Italia, diventa essenziale sostenere e promuovere accordi commerciali ampi e inclusivi, come il recente accordo di libero scambio tra l'Unione Europea e il Mercosur, che aprono nuovi mercati e consolidano relazioni economiche strategiche. In questo scenario, il Piano d'Azione del MAECI¹⁸ per l'export verso i nuovi Paesi ad alto potenziale nei mercati extra-UE ha un ruolo cruciale nell'individuare un insieme mirato di mercati emergenti, in linea con le eccellenze produttive del Made in Italy. L'obiettivo non è solo promuovere i prodotti italiani a livello internazionale, ma anche costruire nuove e proficue relazioni commerciali, sia bilaterali che multilaterali.

L'Italia può contare su una straordinaria diversificazione produttiva¹⁹, la più ampia in Europa e seconda al mondo solo alla Cina: un vantaggio significativo che le consente di presidiare buona parte dei segmenti del mercato globale. Proprio in virtù di questa diversificazione, le fiere internazionali assumono un ruolo centrale come piattaforme strategiche per il posizionamento delle imprese italiane nelle Global Value Chain. Le manifestazioni fieristiche, infatti, sono anche veri strumenti di diplomazia economica. Il coordinamento tra MIMIT, MAECI, ICE, sistema fieristico e mondo produttivo è quindi essenziale per rendere le fiere non solo eventi commerciali, ma anche strumenti integrati di sviluppo economico.

¹⁸. Presentato il 21 marzo 2025.

¹⁹. OECD Economic Surveys: Italy 2024; S. De Nardis e C. Pensa, M. Fortis, vari anni.



11. Conclusioni

In un'economia globale attraversata da transizioni tecnologiche, asimmetrie nella competizione internazionale e crescente frammentazione geopolitica, fiere e congressi si configurano come infrastrutture strategiche a supporto delle politiche industriali nazionali. Ben oltre il loro ruolo promozionale, operano come piattaforme complesse capaci di generare valore economico, abilitare il trasferimento tecnologico e favorire la collaborazione tra attori pubblici e privati, posizionando il sistema produttivo italiano nelle reti globali dell'innovazione. In tale prospettiva, il sistema fieristico nazionale si presenta come un asset strategico per la sovranità economica del Paese.

La sua struttura policentrica e settoriale, radicata nei distretti produttivi e nelle associazioni di categoria, costituisce un elemento distintivo del sistema italiano. Tale configurazione, pur essendo un punto di forza, potrebbe presentare alcune fragilità nel contesto di un mercato sempre più concentrato e competitivo, dove crescono le pressioni da parte di grandi operatori internazionali. In questa prospettiva, la tutela dell'autonomia e dell'identità delle manifestazioni italiane può contribuire a preservare competenze distintive del nostro Paese e rafforzare la capacità di presidio delle filiere strategiche.

Lo sviluppo di politiche industriali orientate, sostenute da una visione di lungo periodo e da una strategia istituzionale coordinata, può facilitare l'attrazione di eventi internazionali ad alto contenuto scientifico e tecnologico. Casi recenti come IAC 2024, CPHI Europe o i congressi promossi da società scientifiche internazionali, dimostrano il potenziale di questi eventi nel rafforzare la reputazione scientifica del Paese e la sua capacità di incidere nelle filiere globali ad alta intensità di conoscenza.

Il coordinamento tra sistema fieristico, diplomazia economica e reti di rappresentanza del mondo produttivo è una condizione abilitante per trasformare ogni fiera o congresso in un nodo attivo di cooperazione economica, tecnologica e scientifica. Riconoscere e valorizzare la natura sistemica di queste infrastrutture relazionali significa, in ultima analisi, investire in dispositivi abilitanti per l'innovazione, l'apertura e la competitività dell'intero sistema-Paese.

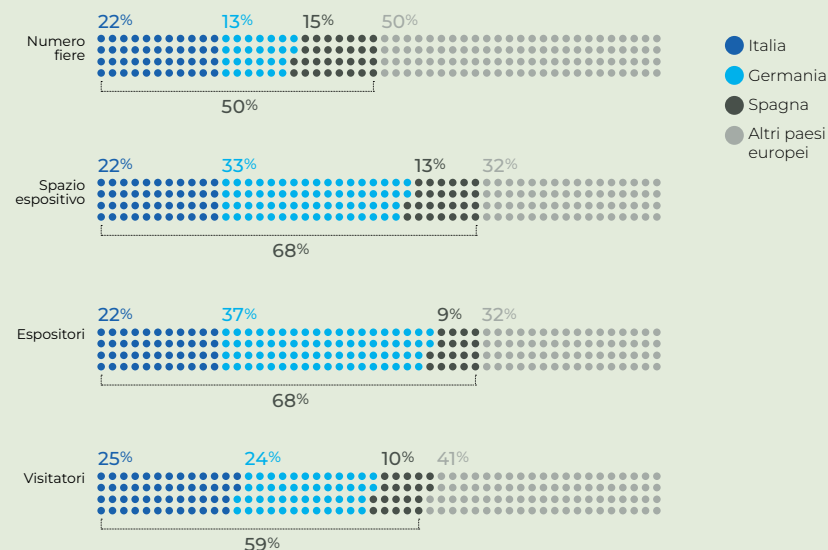


Estratto da: L'Italia delle fiere internazionali

a cura del Centro Studi Fondazione Fiera Milano

Il confronto tra i principali Paesi fieristici europei – Italia, Germania e Spagna – mostra come l'evoluzione delle fiere sia strettamente legata ai modelli produttivi nazionali, alla vocazione industriale e alle traiettorie di sviluppo economico. Nel 2023 i tre Paesi hanno concentrato oltre il 59% dei visitatori e circa il 68% degli espositori e delle superfici espositive complessive.

Quote di mercato Italia, Germania, Spagna



Tra i tre sistemi Paese però emergono differenze significative.

Italia

3.270.317 Area netta
79.502 Espositori
6.464.211 Visitatori
206 Numero fiere

L'Italia è il Paese con il maggior numero di fiere con internazionali¹ (206) e con il maggior numero di visitatori, circa 6,5 milioni. Le superficie affittate superano i 3,2 milioni di mq e si contano oltre 79.000 espositori. L'Italia ha un andamento più dinamico, è ancora in fase di recupero, ma si distingue per la miglior performance nel numero di visitatori. La dimensione media delle fiere in Italia nel 2023 è di quasi 16mila mq, in calo rispetto al 2019 (poco oltre 18mila), mentre la dimensione media degli stand rimane stabile (da 43 a 41 mq). Il rapporto tra visitatori ed espositori – audience per stand – cala rispetto al periodo pre Covid: si passa da 94 del 2019 a 81 del 2023, ma il dato è il più alto tra quelli registrati nei 3 principali Paesi analizzati. Rispetto a Germania e Spagna le fiere in Italia sono distribuite in modo capillare su gran parte del territorio, con una forte concentrazione al Centro Nord. In Italia, il sistema fieristico è specchio dei settori portanti del Made in Italy con particolare rilievo nelle fiere del Sistema Moda, dell'Arredamento e dell'Alimentare, che attraggono volumi rilevanti di visitatori ed espositori esteri.

Germania

4.797.523 Area netta
130.257 Espositori
6.273.721 Visitatori
127 Numero fiere

La Germania propone 127 fiere, è il Paese con la maggior quantità di aree espositive affittate (più di 4,7 milioni mq) e il maggior numero di espositori (130 mila). I visitatori sono poco più di 6,2 milioni. Mantiene quindi la leadership

¹ Criterio di internazionalità di UFI – The Global Association of the Exhibition Industry: Espositori esteri > 10% e/o Visitatori esteri > 5%.

in termini di superfici affittate ed espositori totali, pur non avendo ancora recuperato i livelli pre-pandemici.

La dimensione media delle fiere in Germania è calata tra il 2019 e il 2023, ma rimane superiore a quella registrata negli altri Paesi europei. Lo stand medio rimane stabile (da 36 a 37 mq), mentre l'audience per stand passa da 54 a 48. Il sistema fieristico tedesco è fortemente concentrato su eventi "hub", con un livello di internazionalizzazione elevato, coerente con la struttura industriale che vede aziende leader nelle global value chain e un'industria manifatturiera export-oriented.

Spagna

1.903.825 Area netta	33.378 Espositori	2.673.822 Visitatori	137 Numero fiere
--------------------------------	-----------------------------	--------------------------------	----------------------------

La Spagna ospita 137 fiere. Lo spazio espositivo è poco meno di 2 milioni mq, mentre gli espositori superano le 33 mila unità e i visitatori sono circa 2,7 milioni. Evidenzia una ripresa particolarmente rapida nel post-Covid, superando i valori del 2019, pur restando il Paese con minor peso internazionale in termini di espositori e visitatori.

In Spagna la dimensione media delle manifestazioni rimane stabile poco sotto i 14 mila mq. Cresce l'audience per stand (da 72 a 80 persone). Per contro cala leggermente lo stand medio (da 62 a 57 mq), ma la Spagna continua ad avere lo stand medio più grande rispetto agli altri 3 Paesi europei.

In Spagna, le fiere internazionali si concentrano in due settori: IT e Salute e Ambiente che, per il 2023, vedono la presenza di due fiere globali e itineranti.

In sintesi, il sistema fieristico europeo sta attraversando una fase di riorganizzazione, in cui quantità e qualità non sempre convergono. Se da un lato l'Italia conferma il proprio ruolo in termini di ampiezza dell'offerta, dall'altro emergono opportunità di potenziamento dell'internazionalità in alcuni settori.



Chi è IT-EX

Il 7 febbraio 2024, i principali organizzatori fieristici italiani hanno fondato IT-EX, l'Associazione che rappresenta le fiere italiane a valenza internazionale. IT-EX Italian Association of International Exhibitions rappresenta il principale attuatore della politica economica del Paese, di supporto per la promozione dell'Export e per l'internazionalizzazione, soprattutto per le PMI e le Micro Imprese.

La mission dell'Associazione è duplice, con un ruolo istituzionale e come erogatore di servizi per gli Associati, in particolare:

- Interfaccia principale e qualificata del Governo e Agenzia ICE nella identificazione delle Linee Guida di indirizzo e sviluppo delle politiche industriali e di supporto all'export (C.d. Cabina di Regia), anche attraverso i propri Associati.
- Sviluppo di servizi di supporto agli Associati quali presentazione di nuove tendenze e best practice, convegni formativi, sviluppo di servizi/temi operativi (es. finanza per espositori, certificazioni, tutela marchi, ecc.).

Le fiere gestite dai propri Associati, grazie alle dimensioni e alla propria rilevanza, coinvolgono complessivamente oltre 2,8 milioni di visitatori (di cui quasi 750.000 buyer esteri) e oltre 26.000 espositori (di cui oltre 11.000 esteri).

IT-EX è associato a UFI (Unione Fiere Internazionali), Comitato Leonardo e Virtuous – piattaforma NetZeroCarbon Emissions in the Global Events Industry.

Gli Associati	Fiere organizzate
Aimpes Servizi S.r.l.	Mipel
Anci Servizi S.r.l.	Micam
Assomac Servizi S.r.l.	Simac Tanning Tech
Assoservizi Biella S.r.l.	Filo
CEU S.p.A.	BI-MU, Emo Milano, Lamiera
EICMA S.p.A.	Eicma
ExpoSicam S.r.l.	Sicam
Federlegno Arredo Eventi S.p.A.	Eurocucina, Euroluce, Salone Internazionale del Bagno, Salone Internazionale del complemento d'arredo, Salone Internazionale del Mobile, Workplace3.0
Fiera Milano S.p.A.	Bit, Expodetergo International, GEE Global Elevator Exhibition, Host Milano, Made Expo, Miart, Milano Fashion&Jewels, Milano Home, NME Next Mobility Exhibition, Print4All, PTE PromotionTrade Exhibition, Salone Franchising Milano, SBE Smart Building Expo, Sicurezza, Si Sposaitalia Collezioni, Transpotec Logitec
Ge.Fi. S.p.A.	Artigiano in Fiera
IES S.r.l.	Mido
I Saloni Nautici S.r.l.	Salone Nautico Internazionale di Genova
Mifur S.r.l.	TheOneMilano
Pitti Immagine S.r.l.	Pitti Uomo, Pitti Bimbo, Pitti Filati, Taste, Danzainfiera, Fragranze
Proposte S.r.l.	Proposte
RX Italy S.r.l.	HPT Heat Pump Technologies, MCE-Mostra Convegno Expocomfort, Viscom Italia
S.I.Tex S.p.A.	Milano Unica
Fondazione Fiera Milano	Socio Fondatore





it·ex ITALIAN
ASSOCIATION
OF INTERNATIONAL
EXHIBITIONS

Via Alberto Riva Villasanta, 3
20145 Milano
www.it-exhibition.com