

Mauro Alfonso

“Simest, un volano per l'estero”

MARCO FROJO

L'ad dell'azienda di Cdp: “Servono più spazi, digitale e sostenibilità, il settore scalpita e risalirà rapidamente”

Pochi settori sono stati così duramente colpiti dal Covid-19 come quello fieristico. I numeri sono impietosi: dal marzo scorso l'attività del comparto è stata completamente azzerata, fatta eccezione per i mesi di settembre e ottobre. Il bilancio di tutto il 2020 è leggermente migliore ma solo perché all'attivo ci sono anche i mesi di gennaio e febbraio quando l'emergenza sanitaria non era ancora esplosa. Questi numeri, benché già sufficientemente drammatici, non raccontano del tutto la gravità della situazione. Il digitale, che in molti campi è stato un ottimo strumento per limitare i danni, non si è rivelato una valida alternativa in questo campo: in molti casi i prodotti esposti in fiera vanno toccati con mano, senza contare che quel network di relazioni personali e d'affari che un evento fieristico riesce a creare non è un modello replicabile a distanza dietro lo schermo di un computer.

I danni dello stop agli eventi fieristici non hanno colpito solo gli operatori del settore ma tutto il sistema produttivo italiano. Le piccole e medie imprese italiane, soprattutto quelle forti nell'export, fanno affidamento proprio sulle fiere per farsi conoscere e crescere nei mercati esteri. E il venir meno di questa opportunità le ha sicuramente penalizzate di più di quanto non sia avvenuto con le grandi multinazionali tedesche e francesi che, proprio in virtù delle loro dimensioni, hanno maggiori possibilità di allargare il loro portafoglio clienti.

Il rilancio del settore fieristico dovrà quindi andare di pari con la ripresa di tutta l'economia italiana. Ed è proprio a questo obiettivo

che sta già lavorando Simest, la società del gruppo Cassa depositi e prestiti che dal 1991 sostiene la crescita delle imprese italiane attraverso l'internazionalizzazione della loro attività.

«Il sistema fieristico italiano si trova davanti a una grande sfida perché dovrà ripensare il proprio modello di business; migliaia di persone nello stesso luogo esigeranno attenzione anche quando l'emergenza sanitaria sarà finita – afferma Mauro Alfonso, amministratore delegato di Simest – In questo caso si può proprio dire che nulla sarà come prima. Le strutture espositive andranno ripensate non solo in un'ottica di maggiori spazi ma anche di sostenibilità. Dovranno poi essere impiegati nel modo più efficace gli strumenti tecnologici, andando a potenziare le piattaforme digitali». Sarà inoltre necessario allargare questo nuovo modello a tutto l'indotto di servizi accessori creato dalle fiere, dai trasporti alla ristorazione passando per l'accoglienza alberghiera.

Secondo Alfonso, quando la situazione lo permetterà, la ripresa del settore fieristico sarà però particolarmente veloce: gli enti sono pronti a ripartire subito e la richiesta da parte delle aziende espositrici è forte: «Sono sicuro che, all'allentamento della morsa della pandemia, la velocità di reazione sarà maggiore che in altri settori; la gente non vede l'ora di riprendere l'attività». Questa reattività aiuterà anche il settore a raccogliere i fondi necessari per realizzare le importanti opere di adeguamento a cui il numero uno di Simest faceva riferimento: «Il denaro costa molto poco e se il comparto delle fiere sarà in grado di rimanere competitivo e di mostrare forti tassi di crescita non avrà sicu-

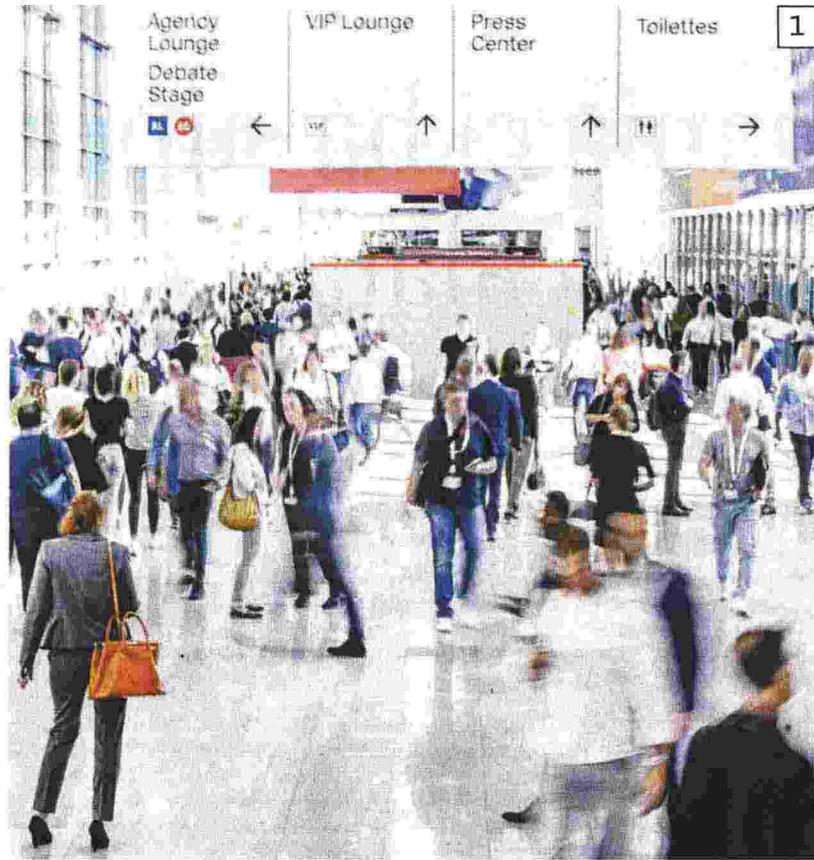
ramente difficoltà a trovare i capitali che gli servono. Il problema di reperire le risorse esiste solo in questo momento, cioè nella fase di contenimento dei danni».

Parte degli investimenti dovranno essere indirizzati verso la creazione di un'infrastruttura digitale che ancora manca: «Anche nel settore fieristico il modello diventerà ibrido ma la componente fisica resterà predominante. Basti pensare a chi espone un tessuto; non è pensabile che la valutazione da parte del cliente possa avvenire tramite il Web, esclusivamente leggendo le caratteristiche e guardando foto o video».

C'è poi l'altro grande tema del consolidamento del settore e dell'espansione all'estero, che la pandemia ha paradossalmente fatto diventare di grande attualità: «Il piccolo è bello non funzionerà più come ha funzionato in passato. Il settore fieristico italiano si deve consolidare, portando così alla creazione di aziende forti e in grado di crescere nei mercati stranieri. Una strada che i concorrenti tedeschi hanno già imboccato con successo. Come Simest vogliamo supportare le società italiane in questa crescita che, nonostante le attuali difficoltà, è favorita da tre importanti fattori, la diminuzione dei multipli nelle operazioni di M&A, la grande liquidità disponibile e quindi il basso costo del denaro e l'apprezzamento dell'euro rispetto alle altre valute».

Se le cose andranno nella direzione giusta, l'economia italiana potrebbe dunque uscire addirittura rafforzata dalla crisi scatenata dal Covid-19: non bisogna infatti dimenticare che oltre il 50% dell'export tricolore nasce proprio da contatti maturati durante le manifestazioni fieristiche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



1

GETTY

I numeri



I SETTORI TRAINANTI DEL SISTEMA FIERE ITALIANO

TESSILE



15%

SPORT, HOBBY, INTRATTENIMENTO, ARTE



11%

FOOD, BEVANDE E OSPITALITÀ



11%

GIOIELLI, OROLOGI E ACCESSORI



7%

MECCANICA



6%

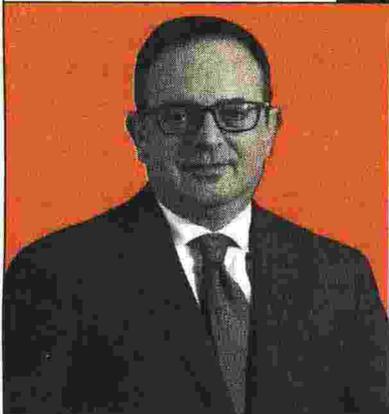
AGRICOLTURA E ZOOTECNIA



6%

TOTALE
MANIFESTAZIONI
INTERNAZIONALI
224

Il personaggio



Mauro Alfonso

amministratore delegato di Simest società del gruppo Cdp che ha la finalità di promuovere partecipazioni con società estere

