

Se questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

la Repubblica | Mobile | Facebook | Twitter | Google +

LE INCHIESTE | L'Espresso | Network

**ECONOMIA & Finanza** con Bloomberg®

RICERCA TITOLO

CERCA

[Home](#) [Finanza con Bloomberg](#) [Lavoro](#) [Calcolatori](#) [Finanza Personale](#) [AFFARI&FINANZA](#) [Osserva Italia](#) [Listino](#) [Portafoglio](#)Sei in: [Repubblica](#) > [Economia](#) > [Affari e finanza](#) > Dalle mele alle valvole ai ...

Stampa Mail

DOSSIER



Dalle mele alle valvole ai ristoranti con le missioni è vetrina ogni giorno

NUMEROSI POLI FIERISTICI ITALIANI, SOPRATTUTTO QUELLI CHE INSISTONO SU TERRITORI NEI QUALI NEGLI ANNI SI SONO SVILUPPATE LE RETI DEI DISTRETTI, HANNO SCELTO LA STRADA DELLE INCURSIONI IN ALTRI PAESI PER AMPLIARE I PROPRI SBOCCHI

Lo leggo dopo

Non più solo organizzatori di eventi confinati in pochi giorni di calendario all'anno, ma attori della politica industriale, con un ruolo nella promozione e internazionalizzazione del Made in Italy nel mondo. E' l'evoluzione che sta caratterizzando numerosi poli fieristici italiani, soprattutto quelli che insistono su territori nei quali negli anni si sono sviluppati distretti, impegnati a cercare oltreconfine quegli spazi di crescita che ormai si sono ristretti in patria. «Da tempo organizziamo missioni all'estero con le aziende del nostro territorio non solo alla ricerca di contatti per esplorare nuovi mercati, ma anche per approfondire esperienze vincenti che potrebbero essere prese a esempio da noi», racconta Thomas Mur, direttore di Fiera Bolzano. Un esempio in tal senso è il viaggio organizzato nei mesi scorsi per le aziende di Interpoma (manifestazione del settore mele in Cina, nello Shandong, la provincia con la più alta densità di produzione di mele di tutto il Paese, circa 9,3 milioni di tonnellate all'anno). «E' stata un'occasione per capire come crescere in quel mercato e anche per apprendere strategie di produzione e commercializzazione vincenti», spiega Mur. Iniziative simili vengono realizzate per Klimahouse, manifestazione sull'evoluzione delle costruzioni in chiave di efficienza energetica, e Alpitex, focalizzata sulle tecnologie per la montagna. «Tra le altre cose, invitiamo aziende e startup internazionali sul nostro territorio per

offrire occasioni di confronto alle realtà locali». «La nostra priorità è cercare nuovi mercati e stringere partnership con i protagonisti del settore a livello mondiale», racconta Ivan Rodeschini, presidente di Ente Fiera Promoberg, realtà che gestisce le manifestazioni allestite alla Fiera di Bergamo. «La manifestazione diventa così un reale punto di confronto e approfondimento tra i vari attori». Un esempio concreto è relativo all'Industrial Valve Summit, dedicato alla filiera delle valvole industriali oil&gas, che ha in Bergamo uno dei distretti più importanti del settore a livello mondiale. «Abbiamo lavorato per due anni, con il risultato di riuscire a portare alla manifestazione 50 delegazioni internazionali del settore, in rappresentanza dei cinque continenti», spiega. «Questo ha consentito a molte delle oltre 200 aziende che hanno animato il Summit di confrontarsi direttamente con realtà internazionali che difficilmente avrebbero potuto intercettare». Nei territori a forte vocazione turistica, il focus è soprattutto sull'indotto sull'economia locale. Come racconta Giovanni Laezza, direttore di Riva del Garda Fierecongressi: «Abbiamo siglato accordi con gli operatori che si occupano di ricettività e ristorazione per offrire da una parte servizi di alto livello agli espositori e ai visitatori che arrivano dall'estero e dall'altra per creare occasioni di business per i nostri operatori». L'Università di Trento ha effettuato uno studio per misurare l'impatto economico dell'attività di Riva del Garda Fierecongressi, con particolare riferimento a ExpoRiva Schuh (manifestazione dedicata alle calzature). L'edizione di gennaio 2016 (1.420 espositori e 13.104 visitatori) ha generato un indotto alberghiero per 3,1 milioni di euro, mentre le ricadute per i contratti di fornitura e servizi si sono attestate a quota 1,3 milioni. A questo va poi aggiunta una spesa diretta non alberghiera per 800mila euro, per un totale di 5,2 milioni. Considerato che la manifestazione si svolge per due volte all'anno si arriva a 10 milioni di euro, manna dal cielo per il territorio. (I.d.o.) Expo-Riva Schuh con l'edizione di gennaio 2016 (1.420 espositori e 13.104 visitatori) ha generato un indotto alberghiero per 3,1 milioni

(05 giugno 2017)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



STRUMENTI

MARKET OVERVIEW

[Lista completa >](#)

Mercati Materie prime Titoli di stato

FTSE MIB	20.721,04	-0,99%
FTSE 100	7.525,76	-0,29%
DAX 30	12.822,94	+1,25%
CAC 40	5.307,89	-0,66%
SWISS MARKET	9.043,96	+0,21%
DOW JONES	21.184,04	-0,10%
NASDAQ	6.295,68	-0,16%
HANG SENG	25.958,05	+0,37%

CALCOLATORE VALUTE

Euro	1
Dollaro USA	1,13
1 EUR = 1,13 USD	

la social TV [Seguici su Facebook](#)

STASERA IN TV

20:30 - 00:00
Wind Music Awards

21:20 - 23:00
MacGyver - Stagione 1 - Ep. 1 - 2

21:10 - 23:50
Focus - Niente è come sembra

21:20 - 23:05
Bring The Noise - Stagione 2

[Guida Tv completa >](#)

CLASSIFICA TVZAP SOCIALSCORE