

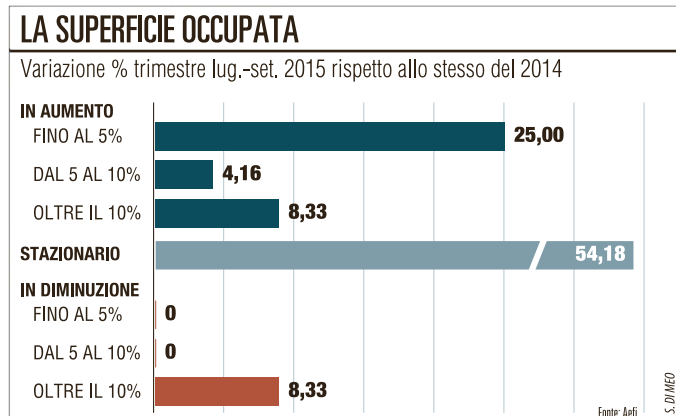
Ambiente e sostenibilità pilastri dell'economia non tutto il verde brilla

FIATO CORTO MOSTRANO FOTVOLTAICO E L'INTERO CAMPO DELLE RINNOVABILI. E QUESTO SEMBRA SPIEGARE LO STOP DI SOLAREXPO. I SUCCESSI DI ECOMONDO PROVANO INVECE COME LA CULTURA GREEN SIA PENETRATA NELL'IMPRESA

Valerio Gualerzi

Roma

Ambiente e sostenibilità continuano ad essere al centro dell'economia, fotovoltaico e rinnovabili iniziano ad avere il respiro corto. A voler prendere l'andamento delle principali fiere di settore che si svolgono in Italia a indicatore di cosa succede nel mondo del green business, è questa la conclusione che sembra balzare agli occhi. Se Ecomondo, il più grande e storico appuntamento in materia seguita a macinare successi, Solarexpo, la fiera nata come evento dedicato al fotovoltaico, da un paio di anni a questa parte ha vissuto invece una forte contrazione, passando dai circa diecimila espositori del 2011, il suo anno record, ai



circa mille del 2015. Una parabola tracciabile non solo nei grafici fatti di numeri, ma anche sulla carta geografica. Partita da Verona, traslocata sulla scia del successo alla grande Fiera di Milano Rho, da due anni a questa parte Solarexpo, vista la tendenza in atto, ha preferito ripiegare sulla più intima MiCo-Fiera Milano Congressi. Allo stesso modo si è sostanzialmente persa traccia di molte fiere dedicate alle rinnovabili spuntate un po' ovunque come funghi negli anni

del grande boom. Fa eccezione Klimahaus, fiore all'occhiello dell'efficienza energetica in edilizia targata Alto Adige, che all'edizione tradizionale di Bolzano (462 espositori lo scorso anno) ha aggiunto alcuni eventi itineranti, dalla Puglia alla Toscana.

A non conoscere ridimensionamento è stata come detto Ecomondo che nell'ultima edizione ha registrato ancora una volta una crescita con 103.514 visitatori professionali (+1,68% sul 2014), quasi



Attenzione energetica, ciclo dei rifiuti, depurazione delle acque, mobilità sostenibile e chimica verde sono elementi fondanti dell'economia e dell'impresa

11mila operatori e 500 buyer arrivati a Rimini da tutto il mondo. Una leadership confermata anche dal fatto di essere diventata ormai la cornice istituzionale per gli Stati generali della green economy. Scadenza ufficiale, quindi, alla quale la fiera riminese può aggiungere la forza di un'offerta molto ampia dei tanti ambiti dell'economia green: dal ciclo dei rifiuti alla depurazione delle acque, dalla mobilità sostenibile alla chimica verde, senza dimenticare naturalmente il settore energetico al quale Ecomondo dedica uno specifico "spinoff", la rassegna Key Energy, che il prossimo anno festeggerà il suo decimo compleanno.

«Dalle giornate dello scorso novembre — commenta il presidente di Rimini Fiera Lorenzo Cagnoni — scaturiscono segnali chiari dal mondo industriale: va infatti superata la distinzione fra green economy e il resto del sistema produttivo. Essere "sostenibili" è ormai un requisito d'impresa, che

però innesta la nuova sfida, ossia concepire il rifiuto come materia e quindi riorganizzare la produzione in questa direzione». Sentenzia la battuta d'arresto delle rinnovabili italiane sulla base di questa lettura è sin troppo facile. «Inutile nascondersi, il settore si è contratto e Rimini ha il vantaggio di offrire un po' di tutto, dando una visione d'insieme ai visitatori», spiega il vicepresidente di Legambiente Edoardo Zanchini, tra i massimi paladini della diffusione nel Paese di eolico e solare.

Luca Zingale, direttore scientifico di Solarexpo, invita però a guardare i numeri anche in controllo. «La nostra fiera — dice — come ogni cosa a questo mondo, ha avuto un suo ciclo biologico, ma le statistiche su espositori e visitatori non sono l'unica chiave di interpretazione possibile. Il fotovoltaico ha passato quella fase della sua crescita tumultuosa che potremmo paragonare all'adolescenza. Il mercato, ora che abbiamo rag-

giunto la grid parity, è diventato adulto, si è strutturato. Molte aziende incapaci di stare al passo con la concorrenza sono state spazzate via, lasciando spazio alle realtà più solide. Il fotovoltaico — sottolinea ancora Zingale — è ormai una tecnologia matura che non più bisogno di quel clima di effervescenza. Dall'auto elettrica, allo storage, all'edilizia, il suo futuro è nell'integrazione con altri campi e se si vogliono capire le nuove tendenze in arrivo non si può mancare l'appuntamento con Solarexpo. Anche un colosso come Instersolar Europe, la fiera di Monaco di Baviera, ha subito un ridimensionamento. Fino a qualche anno fa Italia e Germania rappresentavano due terzi del mercato mondiale, ora siamo a un quarto. Dall'Africa all'America Latina, non ci sarà più una grande fiera 'centralizzata', ma tante piccole fiere 'distribuite', proprio come è nelle corde di questa energia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[IL CONVEGNO]

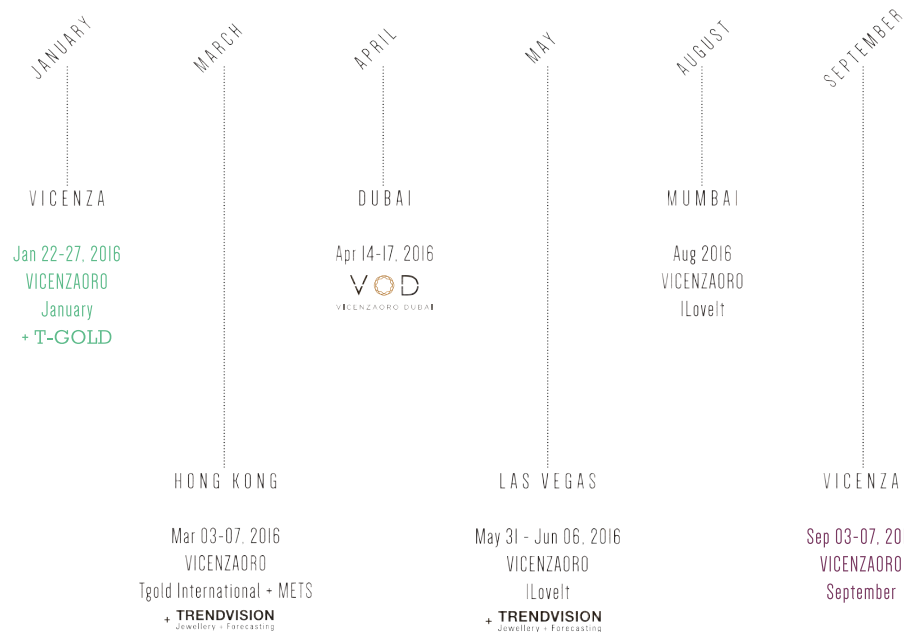
“Responsabilità sociale un faro per la Gdo”

Nel 2015 nei prodotti di largo consumo confezionato la marca del distributore (Mdd) ha raggiunto la quota del 18,3%, in linea con il trend dello scorso anno. Se si analizzano i singoli settori, emerge che i prodotti “premium” e “bio”, quelli a maggiore valore, hanno registrato una crescita significativa: con vendite a valore per il segmento “premium” del 13,1% e per quello “bio” del +11%. E' questo lo scenario che emerge dal 12° rapporto sulla Mdd, illustrato venerdì scorso in occasione del convegno inaugurale di Marca, l'appuntamento annuale dedicato al settore della marca del distributore, organizzato da BolognaFiere in collaborazione con Adm, l'associazione distribuzione moderna. In merito al nuovo modello d'impresa che si sta affermando nel mondo del largo consumo, il presidente di Adm Francesco Pugliese spiega: «La distribuzione evolve verso un modello nel quale la responsabilità sociale diventa strategica dal punto di vista economico, sociale e ambientale. Il prodotto con il brand dell'insegna è l'elemento caratterizzante di questa evoluzione: non si tratta più di una private label dove il prezzo è la mera somma dei costi diretti, ma di una vera marca del distributore che assorbe in sé tutti i valori dell'impresa distributiva».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VICENZAORO

AGENDA 2016



DON'T MISS THE NEXT INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW.
WWW.VICENZAORO.COM

follow us on:
facebook.com/vicenzaoro
twitter.com/xvicenzaoro

FIERA DI VICENZA Banca Popolare di Vicenza

[IL CASO]

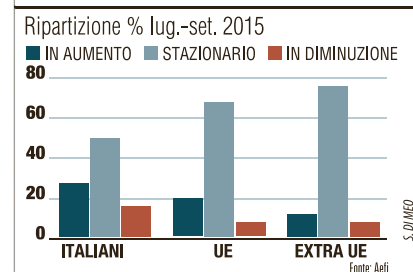
“Servizi e dinamismo per fare la differenza”

È LA STRATEGIA DI SENAF, CHE DA OLTRE 30 ANNI ORGANIZZA ALCUNE IMPORTANTI MANIFESTAZIONI DEDICATE AD UN PUBBLICO ALTAMENTE QUALIFICATO SPAZIANDO DALLA MECCANICA ALLA SANITÀ E ALLA STAMPA 3D

Milano

Il settore fieristico è in una fase di profonda evoluzione. Mettere in mostra dei prodotti non è più sufficiente se l'offerta non è adeguatamente supportata dai servizi, rivolti sia alle aziende che espongono sia ai visitatori. Di questo è convinto Emilio Bianchi, direttore di Senaf, società che da oltre 30 anni organizza alcune tra le più importanti manifestazioni dedicate ad un pubblico altamente qualificato spaziando dalla meccanica specializzata alla tecnologia, dalla sanità alla stampa 3D. «Le fiere sono un importante strumento di marketing per le imprese, ma devono essere in grado di saper interpretare e anticipare i bisogni degli imprenditori e di coinvolgere visitatori ed espositori in esperienze multisenso-

LA NAZIONALITÀ DEGLI ESPOSITORI



Mecspe, Exposanità e Technology Hub sono tra i prossimi eventi fieristici organizzati da Senaf

riali uniche - rispetto agli altri mezzi di comunicazione - grazie ad aree dinamiche in cui testare le applicazioni di una tecnologia o di un sistema», spiega Bianchi, secondo il quale «il sistema fieristico italiano sta modificando radicalmente il modello di business e la sola esposizione dei prodotti e servizi non è più sufficiente ad attirare l'interesse da parte degli investitori». Per raggiungere questo obiettivo servono dinamicità e il coinvolgimento di espositori e visitatori che devono però essere supportati da un format che ricerca a integrare l'innovazione tecnologica mostrando le potenzialità applicative. Questa filosofia verrà applicata nelle fiere organizzate da Senaf: nei primi sei mesi di quest'anno ci sarà il Mecspe, la fiera internazionale delle tecnologie per l'innovazione che si terrà a Parma dal 17 al 19 marzo, Exposanità (dal 18 al 21 maggio a Bologna), l'unica manifestazione in Italia dedicata ai temi della sanità e dell'assistenza, e Technology Hub (dal 7 al 9 giugno a Milano), l'evento dedicato a tutti i nuovi trend tecnologici. (m.fr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA