

# ALTERNATIVE DI SVILIPPO PER BRIXIA FORUM

*Camera di Commercio, Industria, Artigianato  
e Agricoltura di Brescia*



*Brescia, 10 Maggio 2022*

*A cura di REVAL – Ricerche e Valutazioni Economiche - Milano*

- 1. Il contesto settoriale**
2. Strutture, risorse e attività della b.u. Brixia Forum
3. Elementi di valutazione del potenziale di sviluppo per la b.u. Brixia Forum
4. Alternative strategiche e organizzative per Brixia Forum

# Mercato fieristico in maturità/contrazione

## Fino al 2019:

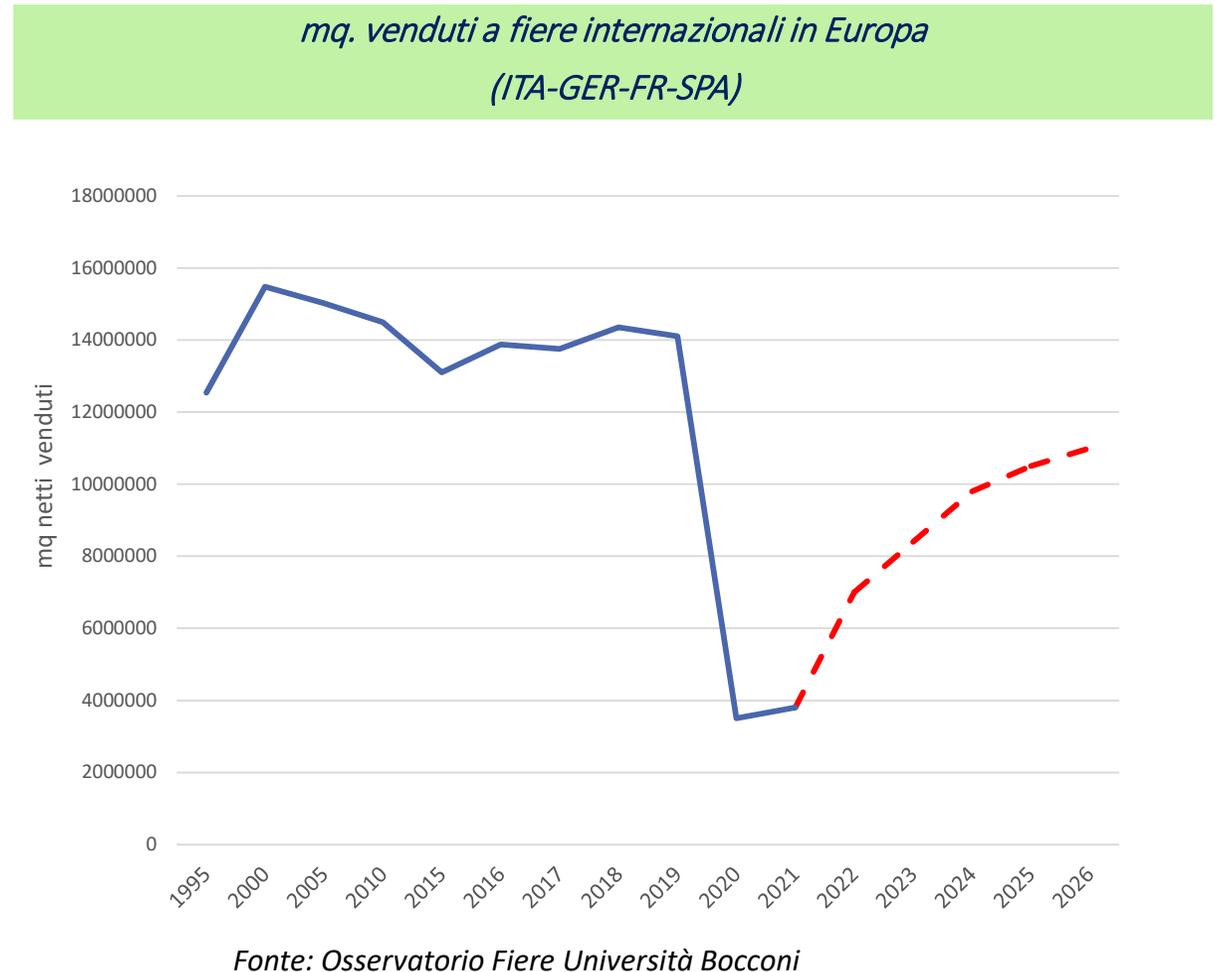
- Europa in fase di maturità

## Covid 19:

- caduta del 70-65% dei fatturati per 2020 e 2021.
- Mercato ridotto fino al 2025

## Post Covid

- stabilizzazione attesa a 75-85% rispetto al 2019



## Settore fieristico in ristrutturazione

### Lato Domanda (**espositori e visitatori**):

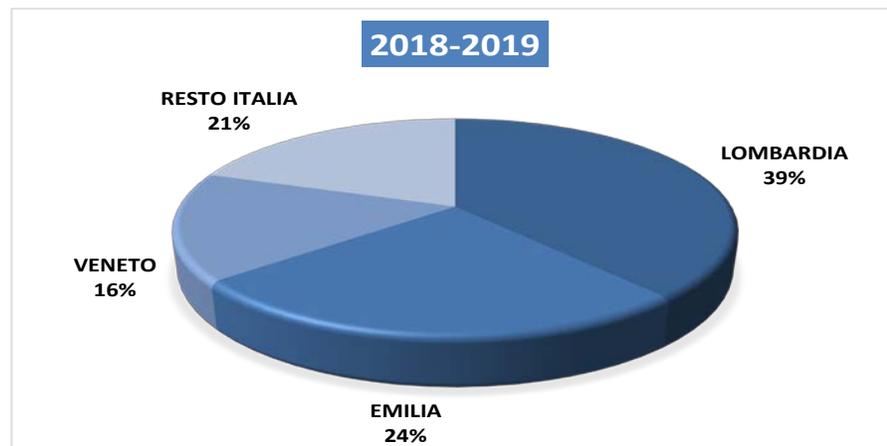
- **Concentrazione delle imprese europee** manifatturiere e distributive (=riduzione n. espositori e visitatori europei)
- Spesa crescente di **espositori europei su nuove fiere extraeuropee** (=riduzione della spesa per Europa)
- **Aumento di espositori extraeuropei** (importatori) compensa solo in parte la riduzione degli esportatori europei.
- **Riduzione di visitatori extraeuropei** in Europa (presenza alle fiere della loro area)
- Cambiamenti sui **mezzi di comunicazione** e di informazione nei paesi maturi, (ecommerce e web communication)

### Lato Offerta (**quartieri e organizzatori**):

- Aumentata **competizione** per attrarre i nuovi espositori e i buyer extraeuropei (ridotti in numero).
- Tendenziale trasformazione delle fiere dell'offerta nazionale (dell'export) in **fiere della domanda nazionale** (dell'import) = riduzione visite estere
- **Riposizionamento «regionale» di location** e di fiere nazionali-internazionali.
- **Concentrazioni tra operatori fieristici** e **alleanze** tra manifestazioni per co-location e sviluppi esteri;
- **Digitalizzazione dei servizi** tradizionali e nuovi servizi, fabbisogno di nuove competenze gestionali

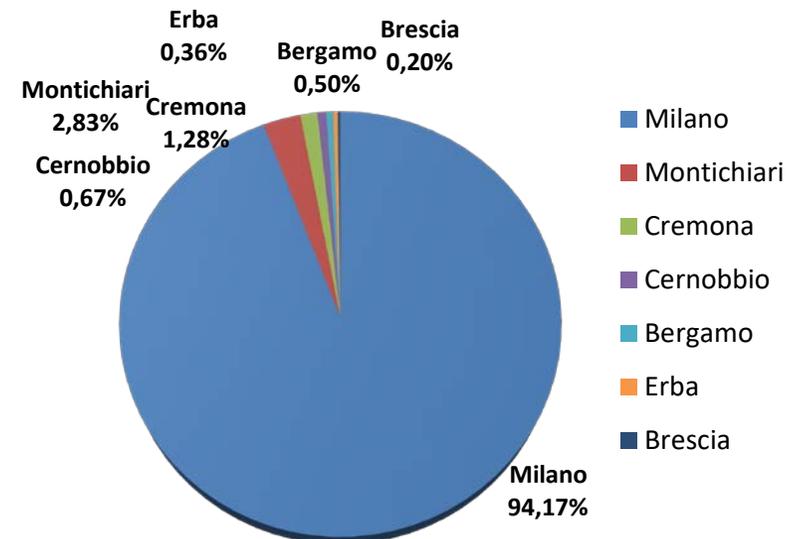
## Lombardia leader per fiere int.li

Quote regionali su superfici vendute a fiere internazionali



## ...ma tutte concentrate su Milano

Sede delle manifestazioni internazionali 2018/2019  
dati medi mq 1.442.637



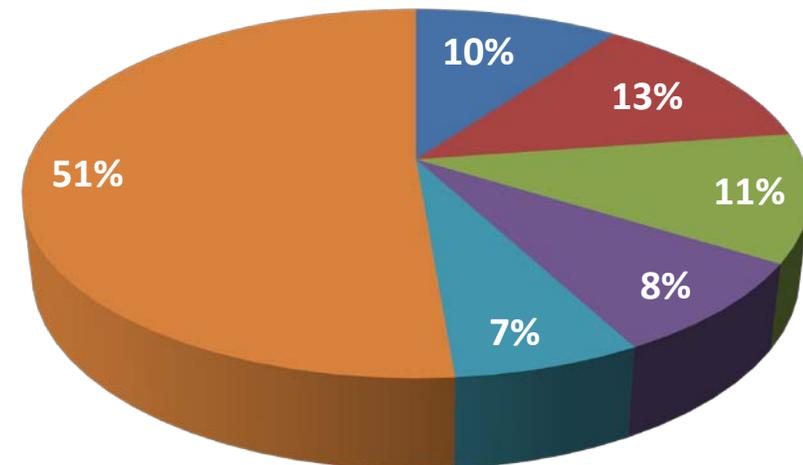
Fonte: Rapporto Fiere Lombardia 2019

## L'attività per fiere nazionali-regionali è invece distribuita tra 34 quartieri...

**Le manifestazioni di livello nazionale e regionale** sono distribuite tra tutti i quartieri espositivi, con i primi 5 che coprono il 49% del totale. In questo comparto i quartieri più attivi sono rappresentati da Montichiari (BS), Milano e Bergamo.

Sedi delle manifestazioni Nazionali e Regionali  
mq venduti 2018/2019 = 686.582

■ Milano ■ Montichiari ■ Bergamo ■ Orzinuovi ■ Gonzaga ■ ALTRE 29



Fonte: Rapporto Fiere Lombardia 2019

# Indotto di servizi locali : rilevante solo per internazionali

## Fiere internazionali Lombardia (2019)

**1,4 M mq.** venduti (300 M.ni €)  
**33.000 espositori**  
(12.000 espositori esteri = 36%)  
**3.200.000 visitatori** (di cui 1,5 consumer)  
(540.000 visitatori esteri su oper. = 32%)

RUOLO:  
**ECONOMIA ITALIANA**  
**VISIBILITA' INTERNAZIONALE** (promo import-export)

**INDOTTO DI SERVIZI = 3740 mil. €**

## Fiere naz. e regionali Lombardia (2019)

**0,7 M mq.** venduti (30 M.ni €)  
**14.000 espositori**  
(500 espositori esteri = 4%)  
**2.200.000 visitatori**  
(23.000 visitatori esteri = 1%)

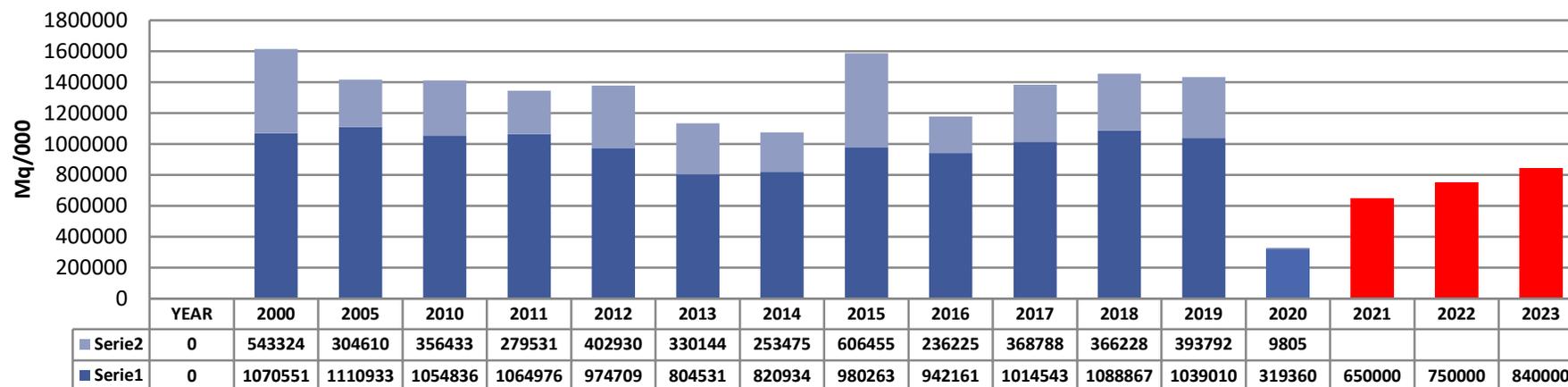
RUOLO:  
**VENDITE DETTAGLIO**  
**TURISMO LOCALE**

**INDOTTO DI SERVIZI = 120-130 mil. €**

Con un numero rilevante di espositori e visitatori, le fiere nazionali/regionali creano un **indotto di servizi locali molto limitato**

# Il mercato fieristico lombardo: Crisi inserita in fase di consolidamento

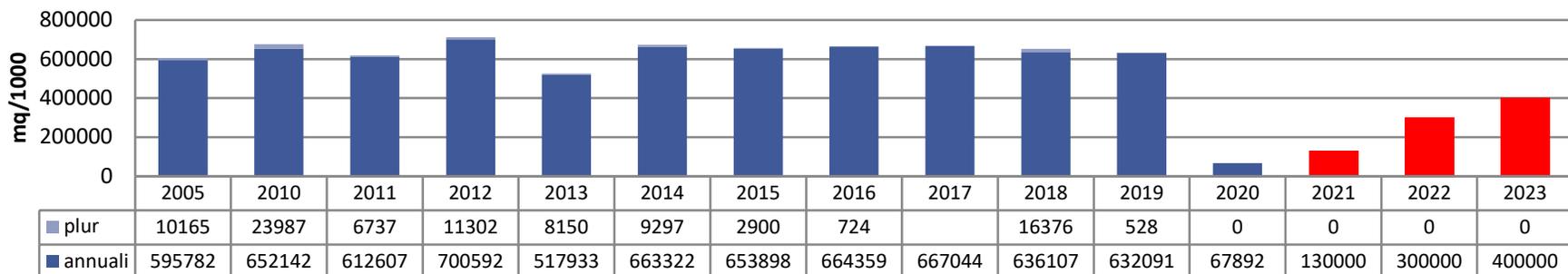
## Superfici vendute manifestazioni internazionali in Lombardia (mq/000)



### Fiere internazionali

- Trend recenti molto positivi (fino 2019)
- ripresa post covid solo parziale

## Superfici vendute manifestazioni nazionali e regionali in Lombardia (mq/000)



### Fiere nazionali-regionali

- in leggera contrazione al 2019.
- ripresa post covid solo parziale

# Il mercato fieristico lombardo: saturazione delle strutture espositive

Solo pochi quartieri minori raggiungono un livello di saturazione accettabile (2018-2019)...

	Mq. Coperti Affittati per Manif. Int.li	Mq. Coperti Affittati per manif.naz.reg.	Tot. Mq. Cop. Affitt. 2018-19 (a)	Capacita' espos. coperta. 2019 (b)	Indice rotazio ne (a)/(b)	Stima lordo su lordo
FIERA MILANO	1.228.931	41.040	1.269.971	399.000	3,2	6,4
CENTRO F. MONTICHIARI	40.662	76.303	116.965	40.000	2,9	5,0
SUPERSTUDIO PIU'	30.461	3.075	33.536	7.250	4,6	4,6
CREMONA FIERE	15.316	9.228	24.544	48.000	0,5	1,0
VILLA ERBA	9.686	6.445	16.131	8.000	2,0	4,0
CASTELLO DI BELGIOIOSO	7.213	6.988	14.201	3.800	3,7	6,0
LARIO FIERE	5.204	26.972	32.176	9.800	3,3	6,0
FIERA DI BERGAMO	0	52.757	52.757	15.900	3,3	4,6
FIERA DI BRESCIA			81.000	15.000		5,3
ALTRE	7.087	107.146	114.233	nd		
TOTALE	1.347.377	339.519	1.686.896			

## NOTA

Nella pratica dei quartieri internazionali il BEP è indicato su indice di rotazione intorno a 6 (lordo su lordo),

... ma con una buona quota di fiere proprie

Fonte: Rapporto Fiere Lombardia 2019

1. Il contesto settoriale
- 2. Strutture, risorse e attività di Brixia Forum**
3. Elementi di valutazione del potenziale di sviluppo per Brixia Forum
4. Alternative strategiche e organizzative per Brixia Forum

# Quartiere espositivo e risorse umane

## Struttura multifunzionale, con vari limiti

Caratteristiche positive:

- 15000 mq. espositivi **belle rifiniture; altezza 12 m, pareti fonoassorbenti.**
- **soluzione Teatro Display** (3000 mq.).
- **Auditorium** di 200 posti all'interno e foyer.
- Vicinanza **Palazzetto dello Sport.**

Limiti:

- **Dimensione** piccola per eventi collettivi B2b,
- Limiti **strutturali** per spettacoli (altezze, uscite di sicurezza, posizione bagni)
- Bassa **accessibilità internazionale**
- Problematica **accessibilità locale**, parcheggi non strutturati

## Risorse umane Pro Brixia e direzione in condivisione

### Risorse non dedicate

- 4-5 persone con funzioni anche per altre b.u. di Pro-Brixia;
- DG di Pro-Brixia è condiviso con Fiera Montichiari

### Principali competenze

- Prevalente competenza di **attività di gestione quartiere,**
- **inesistente attività di organizzazione** diretta di eventi

Opportunità compresse da **regole burocratiche**

# Fiere e altri eventi presso Brixia Forum

## Fiere: solo di terzi e con vita limitata

- Brixia Forum **ospita sol fiere di terzi**
- Ampia maggioranza di **fiere consumer** (6 su 8).
- Molti **eventi con vita non superiore ai 2- anni**
- Le **fiere B2b** solo **su nicchie molto particolari** basate sulla leadership di offerta locale;

## Spettacoli come eventi prevalenti

- Numerosi **spettacoli**: 30 nel 2018 e 43 nel 2019 con uso di Teatro Display,
- Alcuni **eventi corporate** e alcuni usi eccezionali (esami, vaccini)

## Servizi di supporto

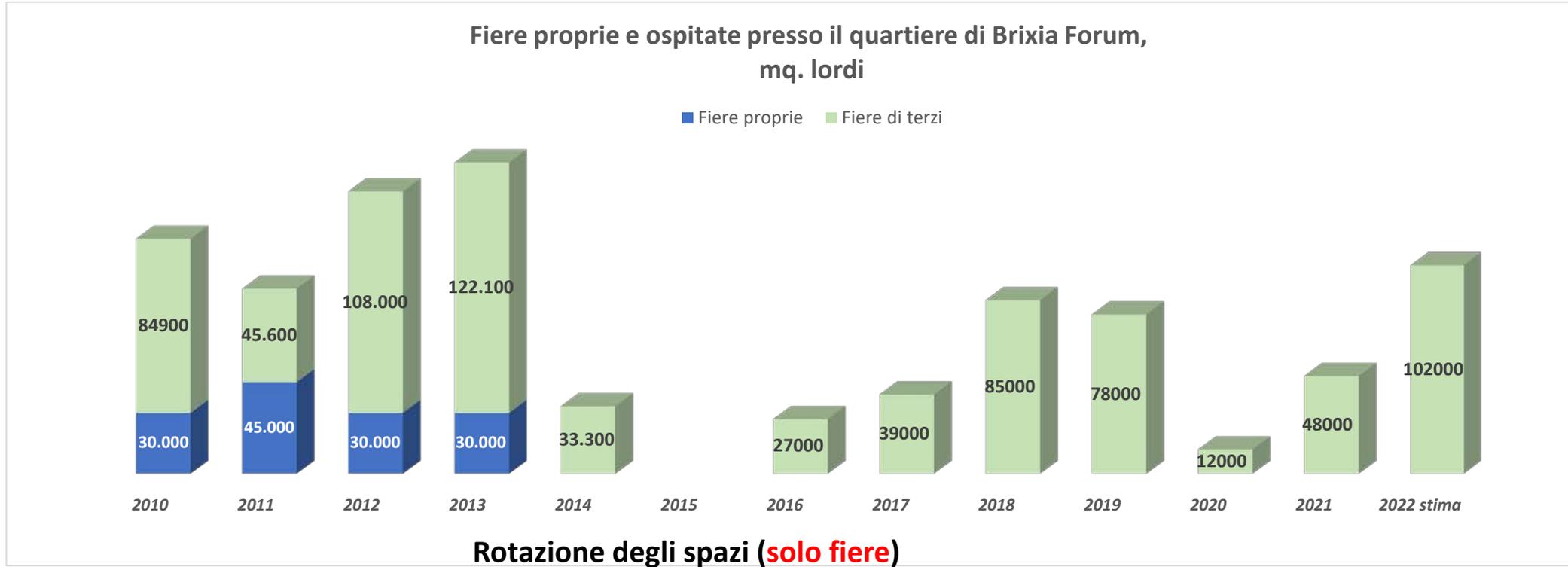
- Forniti agli organizzatori (allestimenti, personale di stand, logistica, ecc), e ai visitatori; prodotti in appalto.

		<b>Tipo evento</b>	<b>Mq. venduti</b>	<b>Mq x gg (stima)</b>	<b>n. espositori</b>	<b>n. visitatori</b>
<b>Attività anno 2019</b>	6	fiere	78.000	390.000	710	81.500
	43	spettacoli	206.600	206.600	0	77.817
	30	convegni	0		0	3.410
					<b>710</b>	<b>162.727</b>

# L'attività fieristica presso Brixia Forum

Buona rotazione degli spazi nei periodi pre-crisi.

Recente ripresa ma solo con fiere di terzi



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 stima
n. iniziative	9	7	10	13	3	0	2	3	7	6	1	4	8A
<b>A) mq. venduti</b>	114900	90600	138000	152100	33300		27000	39000	85000	78000	12000	48000	102000
<b>B) mq. disponibili</b>	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
<b>Indice rotazione (A/B)</b>	<b>7,7</b>	<b>6,0</b>	<b>9,2</b>	<b>10,1</b>	<b>2,2</b>	<b>0,0</b>	<b>1,8</b>	<b>2,6</b>	<b>5,7</b>	<b>5,2</b>	<b>0,8</b>	<b>3,2</b>	<b>6,8</b>

1. Il contesto settoriale
2. Strutture, risorse e attività di Brixia Forum
- 3. Potenziale di sviluppo per Brixia Forum**
4. Alternative strategiche e organizzative per Brixia Forum

# Limitata ampiezza del bacino di utenza di Brixia Forum

## Accessibilità limitata dell'area

- Solo accessibilità livello **nazionale e regioni nord**
- **difficile accessibilità locale** (assenza di mezzi vs. stazione ferroviaria)
- Accessibilità internazionale molto limitata



confina le manifestazioni all'ambito nazionale-regionale.

**LIMITATO RAGGIO del BACINO DI UTENZA**

# Potenziale di domanda consumer (nel bacino d'utenza)

## Buon potenziale per la domanda dei residenti...

REGIONE	Abitanti (*)	Famiglie <sup>(1)</sup>	Consumi per residente <sup>(2)</sup>
Valle d'Aosta	123.895	35.025	24.073,00 €
Piemonte	4.273.210	1.252.928	17.325,00 €
Liguria	1.509.805	432.967	19.800,00 €
<b>Lombardia</b>	<b>9.966.992</b>	<b>2.761.499</b>	<b>18.101,00 €</b>
<i>Prov. di BS</i>	<i>1.247.583</i>	<i>348.279</i>	
<i>Prov. di BG</i>	<i>1.099.621</i>	<i>306.987</i>	
<i>Prov. di CR</i>	<i>351.698</i>	<i>102.419</i>	
<b>Veneto</b>	<b>4.852.453</b>	<b>1.381.860</b>	<b>16.264,00 €</b>
Friuli V.G.	1.198.753	345.611	18.912,00 €
Trentino A.A.	1.078.460	277.919	22.102,00 €
<b>Emilia Romagna</b>	<b>4.445.549</b>	<b>1.235.209</b>	<b>18.507,00 €</b>
Altre regioni	31.808.449	8.925.795	14.713,00 €
TOTALE ITALIA	59.257.566	16.648.813	16.123,00 €

(\*) Istat 2021, (1) Censimento ISTAT 2011, (2) istat, 2020

## ... e per la domanda dei turisti

Flussi turistici nella provincia di Brescia, per aree (2019)		
Area provinciale	totale	
	arrivi	presenze
AT BRESCIA E HINTERLAND	374.127	781.715
AT LAGOD'ISEO E RANCIACORTA	269.867	758.361
AT PIANURA BRESCIANA	88.152	168.916
AT RIVIERA DEL GARDA	1.903.293	7.846.791
AT VALCAMONICA	192.345	733.104
AT VALLE SABBIA E LAGOD'IDRO	44.880	209.981
AT VALLE TROMPIA	7.596	18.022
<b>TOTALE</b>	<b>2.880.260</b>	<b>10.516.890</b>

## Alto potenziale per domanda di fiere B2B sul bacino d'utenza

- Alto numero di unità locali dei vari comparti produttivi (compresi servizi) nella regione Lombardia e vicine.
- Presenza di molti comparti manifatturieri di punta del made in Italy, tra cui: Metallurgia e lavorazione metalli, Macchinari e macchine utensili, tesili abbigliamento, industria del legno arredamento, alcuni comparti alimentari ad alcune industrie estrattive.
- Varie specializzazioni e importanza quote export della Provincia di Brescia e di Bergamo e Cremona

REGIONE	Unità locali (tutti comparti)	Addetti	Prodotto interno lordo (milioni di € - 2019)
Valle d'Aosta	10.906	36.681	4.877
Piemonte	319.883	1.380.872	138.010
Liguria	121.434	427.751	49.898
<b>Lombardia</b>	<b>814.563</b>	<b>4.196.638</b>	<b>400.744</b>
<b>Prov. di BS</b>	<b>100.513</b>	<b>477.659</b>	<b>..</b>
<b>Prov. di BG</b>	<b>84.031</b>	<b>412.405</b>	<b>..</b>
<b>Prov. di CR</b>	<b>22.941</b>	<b>114.345</b>	<b>..</b>
Veneto	386.916	1.729.016	165.254
Friuli V.G.	79.919	364.550	38.735
Trentino A.A.	84.417	396.914	46.560
Emilia Romagna	359.017	1.630.292	163.994
Altre regioni	2.200.324	7.275.364	781.675
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>4.377.379</b>	<b>17.438.078</b>	<b>1.789.747</b>

Dati al 2019: fonte: Istat; \*\* fonte Unioncamere

# Buona capacità ricettiva ma soprattutto nella provincia

Capacità ricettiva nella provincia di Brescia, per aree e tipo di esercizi (2019)

Area provinciale	esercizi albergh.	letti	esercizi extraalb.	letti	camere	totale Esercizi	totale letti
AT BRESCIA E HINTERLAND	44	3.106	192	2.136	1.716	236	5.242
AT LAGO D'ISEO E FRANCIAC.	61	2.857	535	11.325	1.495	596	14.182
AT PIANURA BRESCIANA	35	1.265	68	638	708	103	1.903
AT RIVIERA DEL GARDA	424	26.419	3.975	67.702	13.368	4.399	94.121
AT VALCAMONICA	116	5.542	413	8.210	3.014	529	13.752
AT VALLE SABBIA E LAGO IDRO	27	716	193	5.386	394	220	6.102
AT VALLE TROMPIA	14	320	37	364	178	51	684
<b>TOTALE</b>	<b>721</b>	<b>40.225</b>	<b>5.413</b>	<b>95.761</b>	<b>20.873</b>	<b>6.134</b>	<b>135.986</b>

**Ampia offerta alberghiera ed  
extra alberghiera**

**Ampia offerta di turismo di  
svago e di cultura**

# Forte concorrenza sul bacino d'utenza

Un polo internazionale e molti quartieri minori in Lombardia

CLASSE DI SUPERFICIE COPERTA mq.	gestione	sede		Superficie coperta	scop.
>50.000	FIERA MILANO SPA		MILANO	399.000	0
		- POLO ESTERNO	RHO	345.000	60.000
		- POLO URBANO	MILANO	54.000	0
<50.000	CREMONA FIERE spa	F. CREMONA	CREMONA	48.000	26.000
	C. F. MONTICHIARI spa	F. MONTICHIARI	MONTICHIARI (BS)	40.000	29.000
<20.000	PRO BRIXIA	BRIXIA FORUM	BRESCIA	15.000	15.000
	PROMOVARESE	MALPENSA FIERE	BUSTO ARS. (VA)	20.000	
	PROMOBERG	FIERA DI BERGAMO	BERGAMO	15.900	
	FIERA MILLENARIA srl	FIERA GONZAGA	GONZAGA (MN)	11.000	50.000
	FIERA DI MONZA srl	F. DI MONZA BRIANZA	MONZA	10100	
	LARIO FIERE spa	LARIO FIERE	ERBA	9.800	5.000
<10.000	Superstudio Più		MILANO	7.250	
	TRAVAGLIATO EXPO		TRAVAGLIATO (BS)	1.200	22.000
	VILLA ERBA		ERBA	8.000	140.000
	AREA GRANA PADANO		MANTOVA	5.500	
	PAVIA MOSTRE		PAVIA	5.000	
	CASTELLO DI BELGIOIOSO		BELGIOIOSO (PV)	3.800	
	VILLA CASTELBARCO		VAPRIO A. (MI)	2.550	
	Totale			567.100	347.000

# Forte concorrenza sul bacino d'utenza: strutture espositive in aree limitrofe

**Brixia Forum nell'area di influenza dei maggiori quartieri fieristici italiani, tutti con migliore accessibilità**

Quartiere Fieristico	REGIONE	superficie espositiva coperta
FIERA DI VERONA	VENETO	152.000
PADOVA FIERE	VENETO	65.000
FIERA DI VICENZA	VENETO	84.000
FIERA DI PARMA	EMILIA R.	135.000
FIERA DI BOLOGNA	EMILIA R.	160.000
FIERA DI RIMINI	EMILIA R.	130.000
		<b>726.000</b>

# La concorrenza sul bacino d'utenza



superficie espositiva coperta:

<200.000

100.000 -200000 mq

51-100.000 mq

15-50.000 mq

<15000 mq



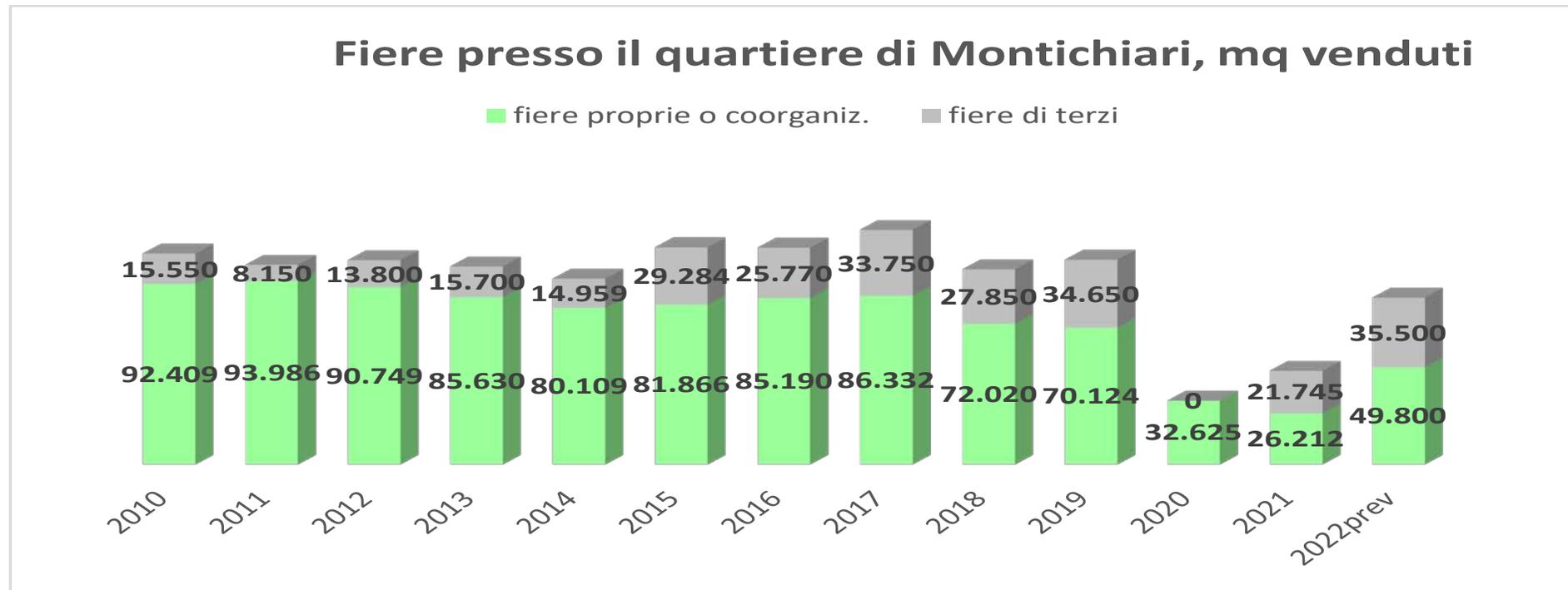
# Ampia offerta di manifestazioni sul bacino d'utenza

## Settori e dimensione delle manifestazioni internazionali in Lombardia

**Ampia offerta di eventi fieristici  
in tutti i settori manifatturieri  
(90-95% domanda fieristica)  
(esempio fiere internazionali)**

Settori Merceologici	Fiere internazionali - Media Biennio 2016/17					Fiere internazionali - Media Biennio 2018/19				
	mq	Visit.Tota li	% visit. Esteri	Esp.Total i	% esp. Esteri	mq	Visit.Tota li	% Visit. Esteri	Esp.Totali	% Esp. esteri
ABBIGLIAMENTO- MODA E ACCESSORI- COSMESI	386174	282047	41%	10823	41%	397820	275251	46%	10751	43%
ALIMENTARI- AGRICOLTURA	119280	152825	24%	2988	27%	121618	167523	23%	3206	23%
AUTOMOTIVE	144662	507500	6%	1392	56%	152962	480681	6%	1548	60%
CASA ARREDO REGALI	329776	393227	50%	4612	30%	325790	491194	49%	3795	31%
COMMERCIO E SERVIZI	6872	5402	24%	135	20%	19295	8537	40%	224	44%
INDUSTRIA TECNOLOGIA- ELETTRONICA- COSTRUZIONI	164048	199450	15%	3351	31%	238186	288416	19%	5545	34%
SPORT SALUTE GENERALI ARTE	130048	1517186	1%	5978	37%	188276	1275290	1%	7538	32%
<b>Totale</b>	<b>1280858</b>	<b>3057635</b>	<b>14%</b>	<b>29277</b>	<b>36%</b>	<b>1442637</b>	<b>2984148</b>	<b>17%</b>	<b>32515</b>	<b>36%</b>

Molte fiere proprie, discreta rotazione degli spazi



**Rotazione degli spazi (solo fiere)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
n. iniziative	19	23	24	22	21	23	23	24	21	21	9	11	22
sup lorde vendute (*)	200368	196122	195298	186960	175177	193016	196149	206414	171890	174898	65250	95918	170600
sup coperta	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000
Indice di rotaz.	5,0	4,9	4,9	4,7	4,4	4,8	4,9	5,2	4,3	4,4	1,6	2,4	4,3

## economics evidenziano differenze strutturali e di risultato (2019) rispetto a BS

<b>RICAVI</b>	<b>Euro/000</b>
Fiere proprie (70.000 mq.) = 53 € x mq. (Compresi contributi 250)	3750
Fiere di terzi (35.000 mq.) = 7 € x mq.	250
Contributi	250
Servizi agli organizzatori	100
Concessioni (ristorazione)	200
Locazioni e fotov.	200
Mercato agricolo	150
	<b>4820</b>

<b>COSTI</b>	<b>Euro/000</b>
Costi produzione	2750
Oneri diversi	320
Costi personale (14 pp, compresi 4 manutentori)	750
<b>TOT</b>	<b>3820</b>
Ammortamenti	640
Oneri finanziari	280
Imposte	55
<b>REDDITO NETTO</b>	<b>25</b>

Fonte: ns. stime su Bilancio pubblicato e interviste DG

**EBITDA = 1000.000 € circa**

1. Il contesto settoriale
2. Strutture, risorse e attività di Brixia Forum
3. Potenziale di sviluppo per Brixia Forum
4. **Alternative strategiche e organizzative per Brixia Forum: attività fattibili e aspetti economici**

# Riepilogo elementi del potenziale di sviluppo Brixia Forum

<b>CONTESTO SETTORIALE: DIFFICILE E INCERTO</b>	<b>CONCORRENZA SUL BACINO BRIXIA F: MOLTO FORTE</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Tendenziale contrazione della domanda fieristica</li><li>- Concentrazione delle location e degli organizzatori</li><li>- Fabbisogno di competenze specializzate</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bacino conteso dai 4 maggiori quartieri italiani</li><li>- molti quartieri minori con eccesso di capacità</li><li>- Offerta di manifestazioni in tutti i settori</li><li>- Presenza di CF Montichiari con significativa attività</li></ul>
<b>AMPIEZZA E DENSITA' BACINO BF: CONTENUTA/RICCO</b>	<b>RISORSE E COMPETENZE BRIXIA F: DEBOLI</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Limitata dimensione del bacino ma...</li><li>- Bacino molto ricco di: Imprese, Residenti, Turisti</li><li>- Strutture alberghiere numerose solo in provincia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quartiere piccolo, adatto a piccole fiere, spettacoli ed eventi corporate</li><li>- Risorse umane non dedicate e con limitata esperienza per fiere proprie</li><li>- Vincoli burocratici nella gestione</li></ul>

# Aspettative della comunità locale sul ruolo di Brixia Forum

Tutti auspicano il ritorno di Brixia Forum in attività, con alcune contraddizioni...

## Economia e Produttori locali:

- **Aziende medie e grandi** e molte piccole hanno poco interesse verso fiere regionali e locali; più interesse verso fiere internazionali italiane ed estere affermate;
- **Artigiani** con buon interesse verso fiere regionali e consumatori, ma con supporto sul digitale per ampliare contatti
- Aspettative anche per **nuove formule** di promozione per l'export (es. promozione di merceologie miste con incoming specifico).
- Ruolo di Brixia Forum **confuso con quello della CCIAA- Probrixia** (aspettative ampie di supporto alle imprese locali)

## Città, Istituzioni e Servizi locali:

- Brixia Forum dovrebbe creare **opportunità per il territorio**, con contributi di CCIAA
- Importanza delle fiere in funzione **dell'indotto sui servizi** (alberghi, ristoranti, dettaglio, cultura ecc.) e della **visibilità** della città.
- Interesse per la **polifunzionalità** e gli spettacoli, data l'assenza di strutture dedicate a questa attività a Brescia

## Organizzatori, ruolo di partner commerciale attivo

- Gli organizzatori richiedono che venga loro assegnato un **ruolo più significativo** nei confronti di Brixia Forum e dei suoi programmi.
- Segnalano i vari **limiti strutturali e logistici del quartiere** (mancanza di parcheggi asfaltati, collegamenti con il centro..)
- Segnalano soprattutto **le difficoltà di lavorare con sistemi burocratizzati.**

# Suggerimenti della comunità locale sul ruolo di Brixia Forum

**Generale preoccupazione per la situazione attuale del quartiere, ritenuto inutilizzato, con struttura organizzativa insufficiente e iniziative di scarso successo.**

## Strategia e struttura suggerite per la b.u. Brixia Forum

- Costruire un **chiaro disegno strategico**, con
- Progetti concreti, portati avanti da **persone di esperienza**
  - Struttura organizzativa attuale mancante di personale esperto. **Occorrono specialisti** (con incentivi su risultati)
  - Inserire un **responsabile esperto, dedicato**.
  - Ricercare anche **collaborazione con altre fiere** locali o regionali.
  - Consapevolezza su **difficoltà di ottenere ritorni economici** e sulla necessità di contributi da parte di CCIAA per iniziative di visibilità del territorio.

## Collaborazione con Montichiari

- Si ritiene **eccessiva la presenza di due centri fieristici** nella zona.
- Il **sottoutilizzo de quartiere Brixia Forum** è spesso attribuito al fatto che ci sono 2 quartieri...
  - Quasi unanime la richiesta di **trovare formule efficaci di collaborazione** con Montichiari.
  - **Timori** sulle possibilità reali di effettuare una fusione o efficaci formule di collaborazione; **problematico il debito del Centro Fiere Montichiari**, che non deve essere addossato a Brescia.

## Fiere B2B

Fiere dell'offerta locale (imprese locali come espositori):

- ❑ **“incubatore” commerciale delle attività locali** (es proposte da ricerca Lombardia Fiere 2019)

Fiere della domanda di imprese locali:

- ❑ per **acquisti non strategici dei produttori**
- ❑ Per acquisti **dettaglianti minori**

Necessaria **COMPETENZA SUI SETTORI**



**Opportunità di nicchia e notevoli sforzi di progettazione e di esecuzione.**

## Fiere B2C

Fiere per consumatori locali e per turisti

- ❑ **Fiere tradizionali** molte già presenti a Brixia F (es collezionismo, hobbistica, sposa, cibi tradizionali, ecc.)
- ❑ **Ottica esperienziale** offre nuove possibilità (sperimentazione, socializzazione, svago), tra cui incontri fisici di comunità virtuali
- ❑ Collaborazioni per **ripetere fiere di altri quartieri**

Necessaria competenza di **ENTERTAINMENT**



**Alcune opportunità, in parte già sfruttate da eventi di terzi**

## Eventi corporate e di spettacolo

Eventi corporate delle imprese

- ❑ **Eventi per clienti business** (lancio di nuovi prodotti, relazioni con la clientela e i distributori, eventi-seminari, ecc.)
- ❑ **Eventi per clienti consumer:** più vicini agli eventi di spettacolo e entertainment

Eventi di spettacolo

- ❑ **Uso di teatro display** soprattutto per eventi musicali (già presenti 30-40 eventi per anno)

Capacità di «**VENDITA**» DEL QUARTIERE

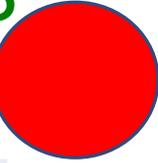


**Buone opportunità, già sfruttate per spettacoli**

# Livelli di integrazione possibile: fabbisogno di risorse e competenze

	EVENTI DI TERZI (= gestione quartiere e servizi)	EVENTI PROPRI (= gestione quartiere, servizi e organizzazione eventi)
<b>Impegno di risorse e di tempo</b>	Limitato / breve	Elevato / medio lungo
<b>Competenze chiave</b>	«Vendita» di quartiere e promozione del contesto ospitante Ricerca sponsor	Conoscenza di settore specifico Vendita spazi e servizi a espositori Ricerca sponsor
<b>Clients principali</b>	Organizzatori	Espositori e Visitatori
<b>Servizi di supporto all'esposizione</b> ( <i>allestimenti, arredamenti, booking, comunicazione, ingressi, ristorazione, ecc.</i> )	Supportano vendita quartiere presso organizzatori; Buoni margini in appalto	Supportano vendita fiera presso espositori; Buoni margini in appalto
<b>Risultati economici</b>	Margini molto bassi x mq Rischio basso Disavanzo = spesa di mktg territoriale	Margini molto alti x mq Rischio elevato (attività sul mercato profit)
<b>Risultati di indotto locale</b>	Collegato al n. di utenti (espositori e visitatori)	Collegato al n di utenti (espositori e visitatori)

# Economicità attuale - 2019 - 2022 e stime 2023



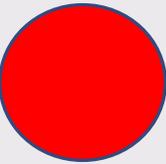
<b>RICAVI</b>	<b>Consuntivo 2019</b>	<b>Preventivo (* ) 2022</b>	<b>Stime 2023</b>
<b>EVENTI E SERVIZI</b>	<b>731.175</b>	<b>576.300</b>	<b>700.000</b>
Locazione per fiere ed eventi	299.615	295.700	
Servizi per Eventi Fiere	178.229	187600	
Concerti, spettacoli eventi corp.	129.347	80.000	
Serv. a concerti, spettacoli, ev. corp.	123.984	13000	
<b>RIADDEBITI SPESE</b>	<b>94.110</b>	<b>134.377</b>	<b>100.000</b>
Riaddebito smaltimento rifiuti		18.227	
Riaddebito Vigili Fuoco		29.330	
Riaddebito utenze e penali	94.110	86.820	
<b>QUOTA SPONSORIZZAZIONI</b>	<b>320.000</b>	<b>158.228</b>	<b>200.000</b>
<b>ALTRO</b>	<b>33.365</b>	<b>30613</b>	<b>30.000</b>
Affitto bar/ristorante e vari	26.865	26806	
Contributo Regione Lombardia		3.807	
Contributi Decreti Sostegni e altri	6.500	0	
<b>TOTALE RICAVI</b>	<b>1.178.651</b>	<b>899.518</b>	<b>1.030.000</b>

(\*) esclusi costi-ricavi Futura

(\*\*) netto storni = (393127-159097)

<b>COSTI</b>	<b>Consuntivo 2019</b>	<b>Preventivo (* ) 2022</b>	<b>Stime 2023</b>
<b>COSTI DIR. EVENTI OSPITATI</b>	<b>415.611</b>	<b>306.157</b>	<b>400.000</b>
Costi collegati a eventi	223.986	263.857	
Costi concerti, sale e teatro	125.195	42.300	
Organizzazione Conv. Futura	66.430		
<b>COSTI IMMOBILE</b>	<b>803.637</b>	<b>896.448</b>	<b>900.000</b>
Affitto immobile, imposta reg.	644.316	694.128	
Manutenzioni	98.133	124.894	
TARI, TASI e assicurazioni	40.566	57.726	
Affitti beni mobili	20.622	19.700	
<b>ALTRI COSTI FISSI</b>	<b>242.084</b>	<b>293.260</b>	<b>300.000</b>
Utenze e altri costi funzionam.	149.130	(**) 234.030	
Spese varie e associative	40.972	16.070	
Ammortamenti	51.982	43.161	
<b>COSTO DEL PERSONALE</b>	<b>278.448</b>	<b>213.056</b>	<b>220.000</b>
<b>TOTALE COSTI</b>	<b>1.739.780</b>	<b>1.708.921</b>	<b>1.820.000</b>
<b>DISAVANZO</b>	<b>(561.129)</b>	<b>(809.403)</b>	<b>(790.000)</b>
<b>Contributo Totale CCIAA</b>	<b>561.129</b>	<b>809.403</b>	

# b.u. Brixia Forum: proiezione c/economico al 2026. Ristrutturazione basata su eventi di terzi

RICAVI	Stima 2023	...	2026	Variaz %	Dettagli ipotesi	Rischiosità ipotesi
<b>EVENTI E SERVIZI</b>	<b>700.000</b>		<b>1455.000</b>	<b>+107%</b>	Somma voci sotto	<div style="text-align: center;"></div> <p><b>MEDIO-ALTA</b>, connessa a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercato fiere in probabile contrazione</li> <li>• Limiti location Bs</li> <li>• Tempi e difficoltà adeg. Organizzazione.</li> <li>• Impegno elevato capacità espositiva</li> </ul> <p><b>Dettaglio stima impegno di capacità espositiva:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiere Rotazione 9 (2109 = 6,8) = impegno struttura 9 x 10GG = 90 gg.</li> <li>- Concerti e spettacoli = 50 (2019 = 43) = 50 gg. x 2 = 100 gg</li> <li>- Convegni ed eventi corporate = 20 gg x 2 = 40 gg.</li> <li>- Totale 230 gg &gt;&gt;&gt; <b>ELEVATO</b></li> </ul>
Locazione a terzi per fiere ed eventi	300.000		675.000	+125%	Tipo di attività: solo fiere ed eventi di terzi. Aumento rotazione spazi per fiere da 6,8 a 9 (da 102.000 a 135.000 mq.) + aumento prezzi da 3 a 5 € x mq. lordo	
Servizi per fiere	180.000		350.000	+94%	Aumento collegato ad aumento mq. venduti e a maggiori servizi	
Locaz. a Concerti, spett, eventi	110.000		200.000	+81%	Maggiori azioni di promozione e vendita soprattutto su eventi corporate	
Serv. a Concerti, spett. , eventi	110.000		200.000	+81%	Aumento collegato a maggior n. spettacoli ed eventi previsti	
<b>RIADDEBITI SPESE</b>	<b>100.000</b>		<b>150.000</b>	<b>+50%</b>	Parzialmente collegato ad aumento attività	
<b>TOTALE RICAVI EVENTI</b>	<b>800.000</b>		<b>1.605.000</b>	<b>+80%</b>		
<b>SPONSORSHIP</b>	<b>200.000</b>		<b>300.000</b>	<b>+50%</b>	Parzialmente collegato ad aumento attività	
<b>Costi variabili</b>	<b>50%</b>		<b>45%</b>	<b>-10%</b>	efficientamento	
<b>Costi fissi utenze e funzionamento</b>	<b>300.000</b>		<b>300.000</b>	<b>0%</b>	Stabili	
<b>Personale</b>	<b>220.000</b>		<b>300.000</b>	<b>+36%</b>	Nuovo personale commerciale da inserire	

# Conto economico 2026

## Ristrutturazione basata su eventi di terzi

<b>RICAVI</b>	<b>Cons. 2019</b>	<b>Prev 2022</b>	<b>Stima 2023</b>	<b>...</b>	<b>Post Ritrutt. 2026</b>
<b><i>EVENTI E SERVIZI</i></b>	<b>731.175</b>	<b>576.300</b>	<b>700.000</b>		<b>1425.000</b>
Locazione per fiere ed eventi	299.615	295.700	300.000		675.000
Servizi per Eventi Fiere	178.229	187600	180.000		350.000
Locaz.concerti, spett. eventi	129.347	80.000	110.000		200.000
Serv.Concerti, spett., eventi	123.984	13000	110.000		200.000
<b><i>RIADDEBITI SPESE</i></b>	<b>94.110</b>	<b>134.377</b>	<b>100.000</b>		<b>150.000</b>
Riadd. smaltimento rifiuti		18.227			
Riaddebito Vigili Fuoco		29.330			
Riaddebito utenze e penali	94.110	86.820			
<b><i>QUOTA SPONSORIZZ.</i></b>	<b>320.000</b>	<b>158.228</b>	<b>200.000</b>		<b>300.000</b>
<b><i>ALTRO</i></b>	<b>33.365</b>	<b>30613</b>	<b>30.000</b>		<b>30.000</b>
Affitto bar/ristorante e vari	26.865	26806			
Contributo Regione Lombardia		3.807			
Contributi Decreti Sostegni e altri	6.500	0			
<b><i>TOTALE RICAVI</i></b>	<b>1.178.651</b>	<b>899.518</b>	<b>1.030.000</b>	<b>...</b>	<b>1.905.000</b>

<b>COSTI</b>	<b>Cons. 2019</b>	<b>Prev. 2022</b>	<b>Stima 2023</b>	<b>...</b>	<b>Post Ristrutt. 2026</b>
<b><i>COSTI DIR. EVENTI OSPITATI</i></b>	<b>415.611</b>	<b>306.157</b>	<b>400.000</b>		<b>722.000</b>
Costi collegati a eventi	223.986	263.857			
Costi concerti, sale, teatro	125.195	42.300			
Organizzaz. Conv. Futura	66.430				
<b><i>COSTI IMMOBILE</i></b>	<b>803.637</b>	<b>896.448</b>	<b>900.000</b>		<b>900.000</b>
Affitto imm, imposta reg.	644.316	694.128			
Manutenzioni	98.133	124.894			
TARI, TASI e assicurazioni	40.566	57.726			
Affitti beni mobili	20.622	19.700			
<b><i>ALTRI COSTI FISSI</i></b>	<b>190.102</b>	<b>250.099</b>	<b>250.000</b>		<b>250.000</b>
Utenze e altri costi funzionam. (netto storni)	149.130	234.030			
Spese varie e associative	40.972	16.070			
Ammortamenti	51.982	43.161			
<b><i>COSTO DEL PERSONALE</i></b>	<b>278.448</b>	<b>213.056</b>	<b>220.000</b>		<b>300.000</b>
<b><i>TOTALE COSTI</i></b>	<b>1.739.780</b>	<b>1.708.921</b>	<b>1.770.000</b>	<b>...</b>	<b>2.172.000</b>
<b><i>DISAVANZO</i></b>	<b>(561.129)</b>	<b>(809.403)</b>	<b>(740.000)</b>		<b>(267.000)</b>
<b><i>Contributo CCIA</i></b>	<b>561.129</b>	<b>809.403</b>	<b>740.000</b>		

# Gli obiettivi da tenere a mente

## 1) **AUMENTARE L'ATTIVITA NEL QUARTIERE** =

- indotto economico
- «appetibilità» del business BRIXIA F.

## 2) **RIDURRE IL DISAVANZO** =

- Gestione CCIA
- e interesse a collaborare per partner futuri

## 3) **COSTRUIRE COMPETENZE UTILI ALLO SVILUPPO** =

- risorse con atteggiamento imprenditoriale,
- possibilità di sperimentare eventi propri,
- migliori margini

## 4) **EVITARE LA CONCORRENZA CON MONTICHIARI** =

- Creare opportunità di collaborazione
- Immagine del territorio «insieme»
- consenso generale

## Soluzione 1- RIORGANIZZAZIONE BRIXIA FORUM E SVILUPPO INTERNO /EVENTUALE PRIMO STEP DI RAFFORZAMENTO

### ATTIVITA' DI BRIXIA F.

- Iniziale prevalenti fiere di terzi
- Sperimentazione fiere proprie a maggior valore aggiunto
- Spettacoli
- Convegni, Eventi corporate
- Servizi

### RIORGANIZZAZIONE RISORSE (300.000 €)

- 4-5 risorse dedicate, di cui 3 attuali e 1-2 nuove, 1 giovane con prospettiva di capitalizzazione competenza
- 1 responsabile con obtv di risultato
- Collaborazione con **Convention Bureau**

### RISULTATI OBIETTIVO

- **Raddoppio fatturato in 4-5 anni**
- **Consistente riduzione disavanzo**

IL SEGRETARIO GENERALE  
(dr Massimo Ziletti)

### PRO

- Mantiene capacità di indirizzo e controllo rispetto a obtv CCIAA
- Riduzione contributo CCIAA
- Sviluppo competenze organizzative
- Tempo per creare interesse da parte di possibili partner

### CONTRO

- **Difficoltà a innovare (struttura pubblica su mercato libero)**
- **Burocrazia dei processi**
- **Coesistenza e poche sinergie con Montichiari (breve-medio periodo)**

### DIFFICOLTA' DELLA SOLUZIONE

- **Complessità, rischi e tempi lunghi** per migliorare l'organizzazione, ma coerenza con mission di MKTG TERRITORIALE

IL PRESIDENTE  
(ing. Roberto Saccone)