



PIACENZAEXPO

Piacenza Expo

Il valore si moltiplica

Un'analisi dell'impatto economico,
sociale e culturale dell'attività fieristica
sul sistema territoriale piacentino

a cura di

Arianna Molinaroli e Paolo Rizzi

PIACENZA, APRILE 2026



RES.HUB
RESEARCH CENTRE
RESPONSIBILITY, ETHICS AND SUSTAINABILITY
IN MANAGEMENT



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Il presente rapporto è il risultato della collaborazione tra due centri di ricerca dell'**Università Cattolica di Piacenza** (**Laboratorio di Economia Locale** e **RES.m HUB**) e **Piacenza Expo**. Il gruppo di ricerca coordinato da **Paolo Rizzi**, direttore del LEL, è costituito da **Arianna Molinaroli**, **Pietro Spezia** e **Riccardo Torelli**. Il progetto grafico è curato da [Pillole Culinarie](#).



Piacenza Expo

Il valore si moltiplica

Un'analisi dell'impatto economico,
sociale e culturale dell'attività fieristica
sul sistema territoriale piacentino

a cura di

Arianna Molinaroli e Paolo Rizzi



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Sommario

1. Piacenza Expo e il suo ruolo nel territorio	6
1.1 Le origini e lo sviluppo dell'ente fieristico	6
1.2 La missione e il ruolo economico	7
1.3 La struttura e le infrastrutture del quartiere fieristico	7
1.4 La governance e la compagine sociale	9
2. L'attività fieristica	10
2.1 Il calendario e la specializzazione settoriale delle fiere	10
2.2 Gli eventi congressuali e le iniziative collaterali	13
2.3 Gli eventi di rilievo per il territorio	14
3. Piacenza Expo come motore di sviluppo territoriale	18
3.1 Il quartiere fieristico come strumento di marketing territoriale	18
3.2 Il contributo di Piacenza Expo agli ecosistemi economici e culturali locali	19
4. L'andamento della partecipazione fieristica	22
4.1 Il caso Geofluid	23
5. L'impatto economico	26
5.1 La metodologia	26
5.2 La spesa dei visitatori sul territorio	27
5.3 La spesa degli espositori sul territorio	28
5.4 La stima dell'indotto economico	29
5.5 L'impatto sul turismo di Piacenza	32
5.6 Il confronto 2014-2025	32
6. Il punto di vista degli stakeholder: la customer satisfaction	34
6.1 Il profilo dei visitatori	34

6.2 Il profilo degli espositori	37
6.3 La valutazione dei servizi fieristici	40
6.4 La percezione della sostenibilità	43
6.5 Le valutazioni sulla città di Piacenza	46
7. Conclusioni	50
Bibliografia	51

1. Piacenza Expo e il suo ruolo nel territorio

1.1 Le origini e lo sviluppo dell'ente fieristico

La storia di Piacenza Expo affonda le proprie radici nel 1954, quando nasce la Fiera di Piacenza, figlia di una stagione economica irripetibile: quella dei giacimenti petroliferi di Cortemaggiore e del fermento industriale innescato da Enrico Mattei nel dopoguerra. In quel decennio straordinario, Piacenza divenne la capitale italiana degli idrocarburi, e la sua fiera si impose come sede di mostre e convegni internazionali dedicati al metano, guadagnandosi una visibilità del tutto insolita per una città di medie dimensioni. Anche al declinare dell'illusione mineraria, la manifestazione seppe sopravvivere e reinventarsi, ancorando il proprio calendario al tessuto industriale locale.

Nel 1961 l'ente fieristico si trasformò nell'Ente Autonomo Mostre Piacentine, inserendosi nell'ambito delle competenze del Ministero dell'Industria. Nel 1970, con la riforma delle competenze, il settore fieristico passò sotto la tutela della Regione Emilia-Romagna, avviando un processo di radicamento nel sistema istituzionale regionale che avrebbe caratterizzato i decenni successivi. Gli anni Ottanta segnarono un significativo incremento dell'offerta espositiva, con il lancio di marchi destinati a resistere nel tempo, Apimell e Seminart su tutti, e con il progressivo consolidamento dell'ente.

Il successo crescente dei propri eventi rese però sempre più evidente la necessità di dotare la struttura di spazi adeguati. Questa consapevolezza maturò progressivamente nel tessuto imprenditoriale locale, che avviò un dialogo con l'amministrazione comunale volto a favorire la realizzazione di un nuovo e più moderno polo fieristico. La decisione maturò nel 1999, e nel 2000 Piacenza Expo trasferì la propria sede nell'attuale quartiere fieristico di Località Le Mose, in Via Medardo Tirotti, 11. Con il cambio di denominazione, da Fiera di Pia-

cenza a Piacenza Expo Spa, si volle segnalare simbolicamente l'inizio di una nuova era, coincidente con l'apertura del terzo millennio. Nel 2002, in attuazione della Legge Regionale dell'Emilia-Romagna n. 12/2000 "Ordinamento del sistema fieristico regionale", l'ente autonomo si trasformò in Società per Azioni, assumendo l'attuale forma giuridica e la denominazione definitiva di Piacenza Expo S.p.A.

1.2 La missione e il ruolo economico

La missione di Piacenza Expo si articola attorno a una visione precisa: promuovere occasioni strutturate di incontro e confronto tra imprese, professionisti, istituzioni e comunità, contribuendo allo sviluppo economico e sociale del territorio piacentino. In questo senso il polo fieristico non si configura come semplice gestore di spazi espositivi, ma come **piattaforma relazionale** capace di attivare connessioni tra soggetti diversi, favorire la nascita di sinergie, accelerare processi di internazionalizzazione e trasferire know-how tra settori.

Il ruolo economico della struttura si manifesta su più livelli. A livello diretto, l'attività fieristica genera entrate dalla locazione degli spazi, dall'organizzazione di eventi propri e dai servizi offerti a espositori e visitatori. A livello indiretto, ogni manifestazione attiva una rete di servizi complementari, ospitalità, ristorazione, trasporti, allestimenti, logistica, che produce benefici diffusi sull'intero tessuto imprenditoriale locale.

Piacenza Expo svolge inoltre una funzione culturale e sociale rilevante. Convegni, workshop, seminari e incontri tematici organizzati nell'ambito delle manifestazioni fieristiche o in forma autonoma contribuiscono alla circolazione delle conoscenze, all'aggiornamento professionale degli operatori e al dialogo tra settori produttivi, istituzioni e società civile. In questa prospettiva il quartiere fieristico diventa un nodo della vita civica piacentina, capace di rafforzare il senso di appartenenza e la coesione comunitaria.

1.3 La struttura e le infrastrutture del quartiere fieristico

Il quartiere fieristico di Piacenza occupa un'area complessiva di circa **30.000 mq** e sorge a soli 500 metri dall'uscita autostradale di Piacen-

za Sud, al crocevia tra la A1 (Milano-Bologna) e la A21 (Torino-Brescia). La posizione strategica garantisce un'accessibilità eccellente da tutto il Centro-Nord Italia, rendendo la struttura particolarmente attrattiva per fiere di rilievo nazionale e internazionale che necessitano di un polo raggiungibile con facilità da operatori e visitatori provenienti da aree geografiche diverse.

Il complesso espositivo, inaugurato nel 2000 e progressivamente potenziato nel corso degli anni, si articola in tre padiglioni coperti: il Padiglione 1 di 10.000 mq, dotato di grande flessibilità modulare e adatto a ospitare le manifestazioni di maggiore dimensione; il Padiglione 2 di 3.000 mq, a campata unica, operativo dall'ottobre 2006 e utilizzabile in modo autonomo rispetto al padiglione principale; il Padiglione 3 di 1.000 mq, antistante l'auditorium, ideale per convention e presentazioni commerciali di piccola e media scala. A questi si aggiunge un'area espositiva esterna di circa 8.500 mq, dotata di infrastrutture tecnologiche, particolarmente apprezzata per le fiere che richiedono spazi all'aperto o esposizioni di macchinari pesanti e veicoli.

L'infrastruttura di servizio comprende una Galleria Servizi che collega gli spazi espositivi con sala stampa, Lounge VIP, area commerciale, uffici bancari, sale congressi e corsi. Per la componente congressuale, la struttura dispone di una sala convegni da 334 posti (Sala Convegni A) con configurazione fissa a parlamento e sala regia, di una sala da 100 posti (Sala Convegni B) e di una sala corsi da 40 posti (Sala Corsi C), completate da quattro ulteriori sale da 30 posti al primo piano. I parcheggi offrono complessivamente oltre **2.800 posti auto**, ripartiti tra area espositori e area visitatori. In occasione di alcune manifestazioni fieristiche, le aree di parcheggio possono essere destinate, in tutto o in parte, a funzioni espositive.

Sul piano della sostenibilità energetica, sulla copertura dei padiglioni è installato un impianto fotovoltaico composto da 3.774 pannelli, per una potenza complessiva di circa **906 kWp**. Negli ultimi anni sono stati completati numerosi interventi di ammodernamento, tra cui la nuova illuminazione a LED, il potenziamento del sistema di videosorveglianza, l'ampliamento della rete Wi-Fi interna ed esterna, il restyling delle sale riunioni e l'adeguamento degli impianti di sicurezza.

1.4 La governance e la compagine sociale

Piacenza Expo S.p.A. è una società a controllo pubblico il cui capitale sociale ammonta a **12.612.451 euro**, interamente versato e suddiviso in un eguale numero di azioni del valore nominale di un euro ciascuna. La compagine societaria è composta da ventiquattro soci tra soggetti pubblici e privati, secondo quanto previsto dalla Legge Regionale dell'Emilia-Romagna n. 12/2000, che impone la partecipazione congiunta di entrambe le categorie.

Il Comune di Piacenza detiene la quota di maggioranza relativa con il **50,53%** del capitale, a conferma del ruolo centrale dell'ente locale nella *governance* della società. Seguono la Camera di Commercio di Piacenza con il 19,19%, la Banca di Piacenza con l'8,62% e Crédit Agricole Italia S.p.A. con il 6,90%. La Regione Emilia-Romagna partecipa con il 5,62%, la Provincia di Piacenza con il 4,61%, e Confindustria Piacenza con l'1,84%. La compagine è completata da una pluralità di soggetti associativi e cooperativi del territorio, tra cui Federimpresa, Coldiretti, Confcooperative, CNA, Confesercenti, Confapindustria, Consorzio Agrario Terrepadane, BOOREA, le quali rappresentano le principali filiere produttive piacentine. La presenza dell'AdSP del Mar Ligure Orientale (Porto di La Spezia) tra i soci evidenzia l'apertura della compagine a soggetti extraprovinciali con cui Piacenza Expo condivide interessi logistici e promozionali.

La società è governata da un Consiglio di Amministrazione composto da tre membri, introdotto con il rinnovo delle cariche nel 2023 in sostituzione dell'Amministratore Unico, con l'obiettivo di garantire un approccio collegiale alle decisioni strategiche. La presidenza è affidata a Giuseppe Cavalli, in carica dal luglio 2017. La gestione operativa è affidata a un Coordinatore Generale affiancato, al 31 dicembre 2025, da un organico di 8 dipendenti a tempo indeterminato. Le figure professionali interne coprono le aree amministrativa, commerciale, tecnica e IT, cui si aggiungono due Responsabili di Manifestazione, figure introdotte per rispondere alla crescente complessità organizzativa del calendario eventi, e collaboratori esterni per le funzioni di ufficio stampa, sviluppo commerciale e manutenzione.

2. L'attività fieristica

2.1 Il calendario e la specializzazione settoriale delle fiere

L'attività fieristica di Piacenza Expo si caratterizza per una combinazione tra continuità del calendario e forte specializzazione tematica, elementi che nel tempo hanno contribuito a definire l'identità del quartiere fieristico nel panorama nazionale. Il calendario si articola infatti attorno a due categorie di eventi: da un lato le manifestazioni a gestione diretta, progettate, organizzate e promosse dalla società; dall'altro gli eventi ospitati, ideati e gestiti da organizzatori terzi che scelgono Piacenza Expo come sede espositiva. Questa doppia vocazione consente di moltiplicare le fonti di ricavo, di coprire con continuità l'intero arco dell'anno e di presidiare comparti produttivi diversi senza sostenere integralmente il rischio organizzativo di ogni singola manifestazione. Le fiere a gestione diretta rappresentano oggi il nucleo identitario della proposta espositiva e generano oltre **l'85% del fatturato aziendale**.

Un elemento che incide strutturalmente sull'andamento economico della società è la cadenza biennale di Geofluid, la manifestazione storicamente più rilevante del calendario: negli anni in cui l'evento si svolge i risultati economici risultano significativamente più robusti. Questa ciclicità ha spinto la *governance* a diversificare progressivamente il portafoglio fieristico, introducendo nel tempo nuove manifestazioni negli anni dispari, sia a gestione diretta sia ospitate, con l'obiettivo di attenuare il differenziale di redditività tra i diversi esercizi. Il 2026, anno del ritorno di Geofluid, si preannuncia pertanto come uno degli esercizi di punta del prossimo biennio, sostenuto da un calendario ricco di appuntamenti che si distribuiscono lungo l'intero arco dell'anno.

Tra le manifestazioni organizzate direttamente da Piacenza Expo figurano marchi consolidati come **Geofluid**, mostra internazionale dedicata alle tecnologie di perforazione, alla geotermia, alla gestione delle

acque sotterranee e alle grandi opere del sottosuolo; **Apimell**, mostra mercato internazionale specializzata nel settore dell'apicoltura; **Seminat**, rassegna dedicata al giardinaggio e al florovivaismo; **Buon Vivere**, mostra mercato dedicata alle eccellenze enogastronomiche e all'artigianato di qualità; **Pantheon**, uno dei principali appuntamenti nazionali dedicati a numismatica, filatelia e collezionismo; **Forestalia**, rassegna dedicata alla filiera forestale e alle tecnologie per la gestione dei boschi; **Piace Mattoncini**, evento rivolto agli appassionati di modellismo e costruzioni e la **Fiera dei Vini**, vetrina delle produzioni vitivinicole di qualità con degustazioni e vendita diretta.

Accanto a queste si colloca anche **Tomato World**, forum tecnico dedicato all'innovazione nella filiera del pomodoro da industria, nato nei primi anni Duemila e oggi considerato un appuntamento di riferimento per il confronto tra imprese, ricercatori e operatori del settore agroindustriale. L'evento riunisce l'intera filiera produttiva per discutere innovazioni tecnologiche, sostenibilità e prospettive di mercato del comparto del pomodoro, particolarmente rilevante per il territorio emiliano-padano.

Tra gli eventi a gestione diretta più recenti si annoverano **Metal Materia**, salone dedicato alle PMI della metallurgia e della metalmeccanica; **Aquawatt**, mostra-convegno sull'energia idroelettrica già qualificata come manifestazione internazionale; e **Tecnovitis**, rassegna dedicata alle tecnologie per la viticoltura.

Il quartiere fieristico ospita inoltre numerosi eventi organizzati da soggetti esterni che contribuiscono a rafforzarne il ruolo come piattaforma espositiva per diversi comparti industriali e professionali. Tra i più rilevanti figurano Armi&Bagagli, fiera europea dedicata alla rievocazione storica, Pipeline & Gas Expo, dedicata alle infrastrutture energetiche e alle reti di trasporto e distribuzione del gas; Hydrogen Expo, focalizzata sulle tecnologie legate alla filiera dell'idrogeno e alla transizione energetica; GIC – Giornate Italiane del Calcestruzzo, principale appuntamento nazionale dedicato alle tecnologie del calcestruzzo.

A queste si affiancano ulteriori manifestazioni specialistiche e settoriali, tra cui Cybsec-Expo, dedicata alla sicurezza informatica e alla protezione delle infrastrutture critiche e Due Tempi Bei Tempi & Youngtimer Moto Expo, evento dedicato al motociclismo storico e alle moto youngtimer. Completano l'offerta numerosi convegni, eventi sportivi e iniziative culturali che confermano la versatilità della struttura e la sua capacità di ospitare manifestazioni di diversa natura e dimensione.

Nel loro insieme, queste manifestazioni delineano un modello fieristico basato su specializzazione tematica e diversificazione settoriale: da un lato eventi altamente tecnici e professionali legati ai settori dell'energia, delle infrastrutture e della manifattura; dall'altro manifestazioni rivolte al grande pubblico e alle filiere agroalimentari. Questo equilibrio consente a Piacenza Expo di rafforzare il proprio ruolo come luogo di incontro tra imprese, operatori professionali e comunità territoriale, contribuendo allo sviluppo economico e alla promozione del territorio piacentino.

Nel recente passato hanno trovato spazio e si sono sviluppate fiere come GIS, giornate del sollevamento e dei trasporti eccezionali; Refrigera, mostra dedicata agli impianti professionali della catena del freddo, Colorè, salone di edilizia leggera; Bilog, mostra convegno di logistica intermodale. Piacenza Expo è anche un laboratorio privilegiato per sperimentare nuovi format e spin-off fieristici. Le dimensioni contenute e la capacità dello staff di personalizzare i servizi in base alle dimensioni medio-piccole del quartiere fieristico costituiscono un valore aggiunto.

Tabella 1.
Principali fiere
di Piacenza Expo
per settore

Settore / Cluster	Manifestazioni principali
Energia, infrastrutture e sottosuolo	Geofluid, Pipeline & Gas Expo, Hydrogen Expo, Aquawatt
Costruzioni e infrastrutture	GIC - Giornate Italiane del Calcestruzzo
Manifattura e metallurgia	Metal Materia
Agricoltura e filiere agroindustriali	Apimell, Forestalia, Tomato World, Tecnovitis
Agroalimentare ed enogastronomia	Buon Vivere, Fiera dei Vini
Florovivaismo e territorio	Seminat

Collezionismo, hobby e passioni	Pantheon, Piace Mattoncini, Armi&Bagagli, Due Tempi Bei Tempi & Youngtimer Moto Expo, Giocattolo Vintage
Logistica e movimentazione industriale	Bilog

2.2 Gli eventi congressuali e le iniziative collaterali

Parallelamente all'attività fieristica, Piacenza Expo si propone come **centro congressuale** di riferimento per il territorio piacentino e per le associazioni di categoria nazionali che vi hanno stabilito la propria segreteria. Unica struttura nella provincia di Piacenza a disporre di spazi con simili caratteristiche dimensionali, Piacenza Expo è in grado di accogliere assemblee, convegni di settore, meeting istituzionali, corsi di formazione professionale, workshop, presentazioni e anche cene aziendali. A tal fine, mette a disposizione sale congressi e sale corsi interne per una capienza complessiva di oltre 600 posti, distribuiti in ambienti di diversa configurazione.

Questa attività congressuale svolge una funzione complementare e sinergica rispetto a quella fieristica, poiché genera ricavi aggiuntivi nei periodi non fieristici, contribuendo a destagionalizzare il fatturato. La vocazione di servizio al territorio di Piacenza Expo va tuttavia ben oltre l'attività congressuale: durante l'emergenza Covid-19, i suoi spazi hanno ospitato un centro vaccinale cittadino, mentre in caso di necessità gli spazi sono a disposizione della Protezione Civile per il ricovero dei mezzi d'opera. I parcheggi della struttura supportano inoltre le attività del vicino PalaBanca, garantendo la necessaria dotazione di posti auto per gli eventi ospitati. Infine, Piacenza Expo ha ricoperto il ruolo di soggetto gestore dell'APEA, Area Produttiva Ecologicamente Attrezzata di Le Mose, coordinando le attività volte al miglioramento delle prestazioni ambientali delle imprese insediate nell'area. Infine, Piacenza Expo è sede di concorsi pubblici con elevato numero di candidati.

Questa capacità di rispondere a esigenze diverse, istituzionali, civili e di pubblica utilità, riflette il ruolo che Piacenza Expo ha saputo costruire nel tempo come infrastruttura di sistema per il territorio piacentino, e che si traduce naturalmente anche in un tessuto di re-

lazioni stabili con il mondo associativo e istituzionale. Quest'ultimo trova nella struttura una sede attrezzata e facilmente accessibile per le proprie attività. Le segreterie di associazioni nazionali di categoria come AITIVA (Associazione Italiana Tecnici Industria Vernici e Affini), ANIPA (Associazione Nazionale di Idrogeologia e Pozzi d'Acqua) e Consorzio Salumi Tipi Piacentini hanno sede stabile presso il polo fieristico, a testimonianza del legame profondo tra Piacenza Expo e le filiere produttive che storicamente la animano; in questo contesto, trova spazio anche un ufficio di RAI 3 Regionale.

All'interno delle manifestazioni fieristiche, convegni e workshop tematici accompagnano sistematicamente l'attività espositiva, arricchendo l'esperienza dei visitatori con contenuti formativi e approfondimenti tecnici e trasformando le fiere da semplici vetrine commerciali in veri e propri ecosistemi della conoscenza. In questa direzione si muovono, ad esempio, le giornate di formazione integrate nelle edizioni di Apimell, i workshop di Tomato World e Aquawatt e i seminari su innovazione e sostenibilità organizzati nell'ambito di Metal Materia.

2.3 Gli eventi di rilievo per il territorio

Accanto alle manifestazioni fieristiche propriamente dette, Piacenza Expo ha dimostrato negli anni una spiccata capacità di ospitare eventi di diversa natura: sportivi, culturali, istituzionali. Tali eventi hanno contribuito ad ampliare la visibilità della struttura e del territorio. La **polivalenza degli spazi**, l'ampia disponibilità parcheggi e la **posizione logistica strategica** rendono il quartiere fieristico una soluzione naturale per eventi che richiedono grandi afflussi di pubblico e servizi integrati.

Tra gli esempi più significativi si annoverano i Campionati Italiani di Scherma, che hanno scelto Piacenza Expo come sede per le proprie competizioni, sfruttando la flessibilità dei padiglioni espositivi e la capacità ricettiva della struttura. Analogamente, kermesse sportive legate all'automotive e ai trasporti eccezionali hanno trovato nell'ampio parcheggio visitatori uno spazio ideale per le proprie dimostrazioni e presentazioni commerciali.

Evento di portata eccezionale è stato nel novembre 2025 l'Amma's Tour, descritto approfonditamente nel paragrafo seguente, che

ha dimostrato la capacità della struttura di ospitare manifestazioni di risonanza globale, ben al di là del perimetro tradizionale dell'attività fieristica.

2.3.1 Il caso dell'evento Amma's Tour

Tra gli eventi non fieristici di maggiore impatto ospitati nel 2025 spicca l'Amma's Tour, tappa italiana dell'Europe Yatra guidato da Mata Amritanandamayi Devi, figura spirituale e umanitaria conosciuta a livello globale che in quarant'anni di attività ha offerto il tradizionale darshan (l'abbraccio) a oltre 40 milioni di persone. Il tour europeo 2025, primo dopo il 2019, ha toccato dieci città in otto Paesi; la tappa di Piacenza (11-13 novembre) è stata l'unica data italiana, con circa 30.000 partecipanti complessivi e picchi di oltre 18.000 presenze simultanee.

L'impatto sul sistema ricettivo locale emerge dal confronto tra le notti dell'evento e un analogo periodo di novembre in condizioni ordinarie. La provincia di Piacenza dispone di 412 strutture ricettive e 8.735 posti letto (Provincia di Piacenza, 2025) di cui 76 alberghi per 3.425 posti letto. Novembre è tradizionalmente un mese di bassa stagione: (O.C.T.A.E.R., 2025) per le notti 10-12 novembre 2026 si rilevano 91 strutture disponibili su Booking.com, 28 hotel quattro stelle e oltre su TripAdvisor (con il Grande Albergo Roma prenotabile a circa 120 euro), 75 hotel su Trivago con prezzi tra 56 e 176 euro e fascia centrale tra 87 e 131 euro, e 89 alloggi su Airbnb. Il calendario tariffario del Grande Albergo Roma mostra inoltre prezzi stabili intorno a 122 euro nei feriali e 113 euro nel fine settimana.

Durante l'Amma's Tour il quadro cambia radicalmente. Su Booking.com non risultava alcuna struttura disponibile a Piacenza città, con reindirizzamento verso comuni limitrofi. Su TripAdvisor gli hotel quattro stelle disponibili passavano da 28 a 3 nella notte dell'11-12 novembre e a 2 nella notte successiva (-89% e -93%). Su Trivago prevalevano strutture situate a 20-25 km, come Fiorenzuola d'Arda e Borgonovo Val Tidone. Su Airbnb gli annunci si estendevano fino all'area di Cremona. Anche i prezzi aumentavano sensibilmente: il Grande Albergo Roma passava da circa 120-122 euro a 173-185 euro a notte (+44-54%), mentre alcune strutture di fascia alta raggiungevano i 352 euro.

Il caso dimostra la capacità di Piacenza Expo di generare una forte pressione sulla domanda ricettiva locale anche al di fuori delle manifestazioni fieristiche tradizionali, producendo effetti di saturazione e incremento tariffario rilevabili su tutte le principali piattaforme di prenotazione e traducendosi in un indotto concreto per l'intera filiera dell'accoglienza, dalla ristorazione al commercio locale e in un flusso di risorse aggiuntive per le casse pubbliche locali, alimentato dai pernottamenti di migliaia di visitatori provenienti da ogni parte d'Italia e dall'estero.

100+

Paesi esteri
rappresentati
a Geofluid

3. Piacenza Expo come motore di sviluppo territoriale

3.1 Il quartiere fieristico come strumento di marketing territoriale

In un contesto economico in cui la competizione tra territori si gioca sempre più sulla capacità di attrarre flussi di persone, investimenti e conoscenze, Piacenza Expo ricopre un ruolo strategico come strumento di marketing territoriale. Ogni manifestazione fieristica o evento ospitato è, al tempo stesso, un momento di produzione economica diretta e un veicolo di promozione dell'immagine di Piacenza verso platee nazionali e internazionali, configurando il polo fieristico come il principale attrattore di **turismo d'affari** e generatore di presenze e soggiorni nel territorio urbano.

La fiera intercetta visitatori professionali e pubblico generico che spesso non avrebbero avuto altrimenti ragione di raggiungere Piacenza, trasformando il motivo fieristico in un'occasione di scoperta del territorio. Il cosiddetto **turismo d'affari**, ovvero quello generato da operatori, buyer e professionisti in visita alle fiere, è statisticamente tra le categorie di turismo con la più alta capacità di spesa pro capite, e genera effetti moltiplicativi sull'intera filiera dell'accoglienza locale. A questo si aggiunge un beneficio diretto per le finanze comunali: i pernottamenti generati dalle manifestazioni fieristiche si traducono in un flusso costante di gettito da **tassa di soggiorno**, versata dagli espositori e dai visitatori non residenti che scelgono le strutture ricettive della città e della provincia in occasione degli eventi.

Piacenza Expo ha progressivamente ampliato la propria azione in questa prospettiva di valorizzazione del territorio, collaborando con realtà come Visit Emilia, Gal del Ducato e Consorzio Promo Piacenza per offrire ai visitatori delle fiere proposte esperienziali legate all'eno-gastronomia, alla cultura e al turismo rurale del territorio. Il fuorisa-

lone della Fiera dei Vini, promosso in collaborazione con Confcommercio e il Comune, è un esempio riuscito di questa integrazione tra evento fieristico e valorizzazione urbana.

La strategia di marketing territoriale di Piacenza Expo si articola intorno a diverse leve: la **certificazione ISF CERT delle fiere internazionali**, che ne aumenta l'autorevolezza sui mercati europei; la digitalizzazione dei processi riservati a espositori e visitatori, che migliora l'esperienza complessiva; la promozione delle produzioni tipiche enogastronomiche e delle realtà museali in occasione delle cene di networking previste durante le fiere nazionali e internazionali, nelle quali espositori e operatori professionali hanno l'occasione di conoscere e vivere le tipicità di Piacenza attraverso "fuori salone" studiati nei minimi dettagli; il coinvolgimento delle associazioni di categoria locali nella progettazione delle manifestazioni, che ne garantisce la pertinenza rispetto alle esigenze delle filiere produttive piacentine; e la promozione del centro fieristico come sede convegnistica e per eventi privati, che genera ricavi aggiuntivi e rafforza la percezione della struttura come polo multifunzionale di riferimento.

3.2 Il contributo di Piacenza Expo agli ecosistemi economici e culturali locali

Il rapporto tra Piacenza Expo e il sistema economico locale è strutturalmente bidirezionale: la società trae forza dal tessuto imprenditoriale e istituzionale piacentino, e al tempo stesso contribuisce alla sua vitalità generando indotto, opportunità di visibilità e reti di relazioni. La presenza nella compagine societaria di rappresentanti delle principali associazioni di categoria, industriali, artigiani, commercianti, agricoltori, mondo cooperativo, garantisce che la strategia fieristica sia progettata in dialogo continuo con le esigenze delle filiere produttive locali, favorendo la progettazione di manifestazioni coerenti con la struttura economica del territorio.

Sul piano operativo, ogni manifestazione mobilita una rete articolata di fornitori e collaboratori locali: imprese di allestimento, agenzie di comunicazione, strutture alberghiere e ristorative, cooperative di servizi, aziende di trasporto, società di servizi e logistica. Questa filiera costituisce un canale diretto di redistribuzione del valore generato dagli eventi sul territorio, rafforzando il legame tra il quartiere fieristico e

l'economia urbana e provinciale. A queste attività si affianca anche un ruolo di supporto istituzionale: Piacenza Expo gestisce infatti servizi di supporto amministrativo e contabile per progetti degli enti soci, completando così un'offerta che va oltre la pura gestione fieristica e consolidando il legame operativo con il sistema istituzionale locale.

Accanto agli effetti economici immediati, il quartiere fieristico svolge una funzione più ampia di infrastruttura relazionale e cognitiva. Le fiere specializzate rappresentano infatti luoghi di condensazione di conoscenze settoriali in cui ricercatori, innovatori, produttori e acquirenti si incontrano favorendo scambi di competenze, collaborazioni e trasferimenti tecnologici difficilmente replicabili attraverso altri canali. Nel tempo alcune manifestazioni hanno contribuito alla formazione di vere e proprie comunità professionali: ad esempio Apimell è diventata un punto di riferimento per la comunità apistica europea, con oltre cento espositori e numerosi momenti di aggiornamento tecnico e scientifico, mentre Geofluid riunisce periodicamente operatori internazionali provenienti da **oltre 100 Paesi esteri** del settore delle perforazioni e fondazioni speciali e della geotermia, accrescendo la visibilità delle imprese locali attive in questi comparti.

Il quartiere fieristico svolge inoltre una funzione educativa e di apertura verso il territorio. Diverse manifestazioni prevedono infatti programmi di visita per gruppi scolastici e istituti tecnici del territorio, con ingressi dedicati alle classi e attività formative collegate ai temi delle fiere, favorendo il contatto diretto degli studenti con filiere produttive, tecnologie e professioni emergenti, un ruolo particolarmente apprezzato dalle aziende espositrici anche alla luce delle attuali difficoltà nel reperimento di competenze e forza lavoro giovane in numerosi settori. In questo contesto, Piacenza Expo, attraverso la collaborazione con scuole e università, si configura come un facilitatore di relazioni tra sistema formativo e mondo produttivo.

La presenza di una società fieristica stabile rappresenta quindi per la città di Piacenza non solo una fonte di indotto economico, ma anche una **piattaforma di connessione tra imprese, istituzioni, comunità professionali e sistema educativo**. In questa prospettiva, Piacenza Expo contribuisce al rafforzamento dell'identità produttiva del territorio e alla sua capacità di posizionarsi nei circuiti nazionali e internazionali delle relazioni economiche e culturali.

Il 2025, anno record:

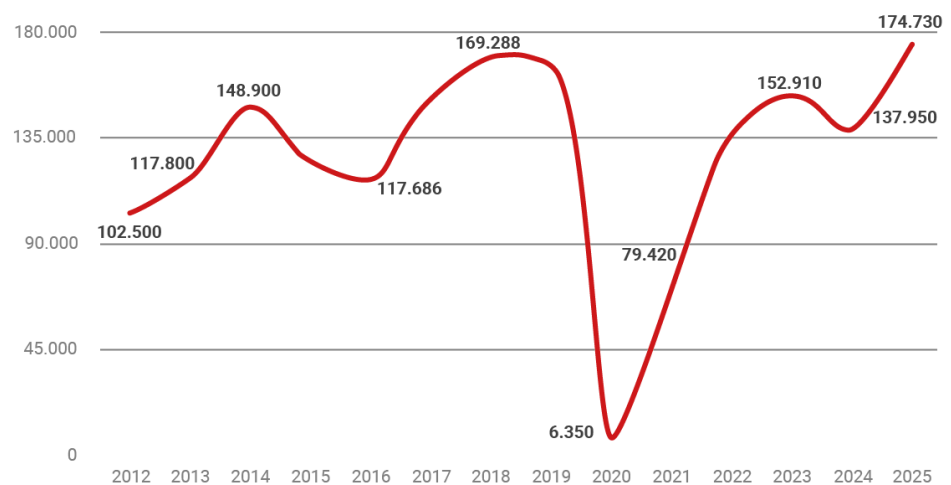
+40%

tra visitatori ed
espositori rispetto
al 2015

4. L'andamento della partecipazione fieristica

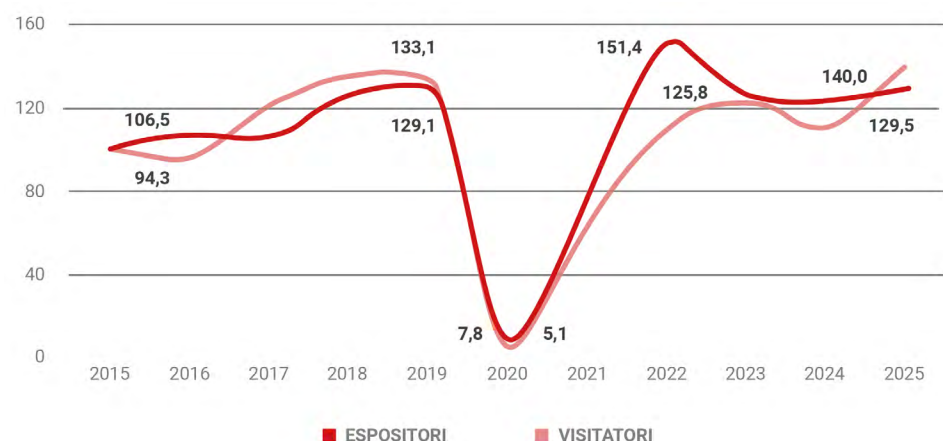
La dinamica complessiva di visitatori ed espositori agli eventi di Piacenza Expo nel corso dell'ultimo decennio evidenzia un quadro in cui la **vitalità** della società fieristica emerge con chiarezza anche attraverso le fasi più difficili attraversate dal sistema economico nazionale.

Figura 1.
La dinamica degli espositori e dei visitatori di Piacenza Expo (valori assoluti, 2012-2025)



La traiettoria del decennio evidenzia una crescita solida fino al 2019, quando si raggiungono oltre 169mila presenze totali (visitatori ed espositori), seguita dal crollo pandemico del 2020 e da una ripresa altrettanto decisa negli anni successivi. Il **2025** segna il risultato più rilevante dell'intero periodo con oltre **174mila partecipanti**, un valore superiore del 40% rispetto al 2015, che attesta la capacità di Piacenza Expo di uscire rafforzata da una crisi senza precedenti.

Figura 2.
La dinamica degli espositori e dei visitatori di Piacenza Expo (numeri indice con base 2015 = 100, 2015-2025)



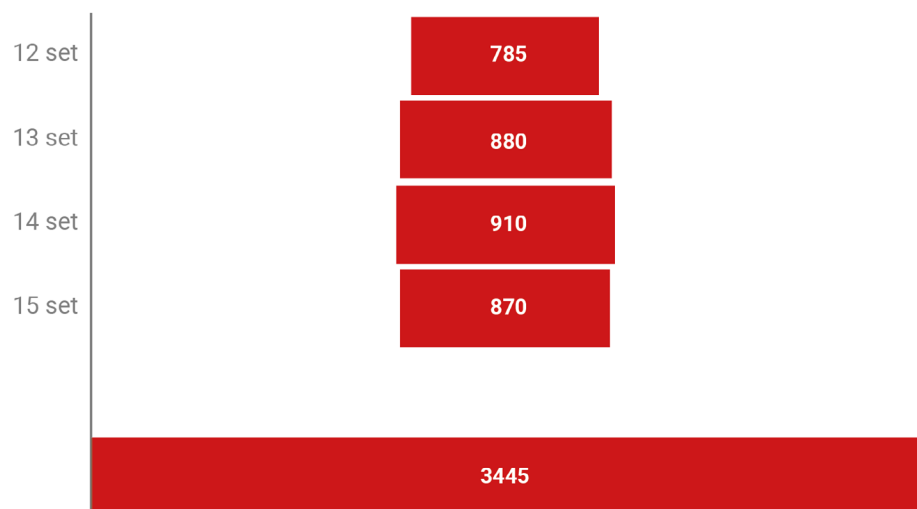
Disaggregando il dato per componente, emergono dinamiche distinte. I **visitatori** mostrano una crescita più rapida nel primo periodo, toccando il picco nel 2019 e guidando la ripresa post-pandemica fino al 2022, per poi stabilizzarsi. Gli **espositori** seguono un percorso più graduale nella fase ascendente, ma mostrano una ripresa più sostenuta nel periodo 2021-2022. Nel 2025 entrambe le componenti si attestano ampiamente sopra i livelli pre-pandemia, a riprova di una crescita strutturale che coinvolge l'intera filiera fieristica.

Nel complesso, la lettura congiunta dei due grafici mette in evidenza come Piacenza Expo rappresenti un **presidio economico e culturale** di primo piano per il territorio. La capacità di superare i valori pre-pandemia sia sul versante della domanda, sia su quello dell'offerta, non è un esito scontato nel panorama fieristico italiano, e testimonia il **radicamento** dell'ente nella comunità locale e la **fiducia** che imprese e pubblico continuano a riporre nella sua attività.

4.1 Il caso Geofluid

Un **caso esemplare** dell'impatto che le singole manifestazioni possono produrre è rappresentato da Geofluid, la fiera biennale internazionale dedicata alle tecnologie del sottosuolo, alla geotermia e alla gestione delle acque. L'ultima edizione si è svolta nel settembre 2023, con 3.445 presenze certificate di personale standista nell'arco delle quattro giornate di apertura (785 il 12 settembre, 880 il 13, 910 il 14 e 870 il 15).

Figura 3.
Presenze di personale standista all'edizione 2023 di Geofluid (valori assoluti)



La prossima edizione è in programma dal 7 al 10 ottobre 2026 e il questionario somministrato in anticipo agli espositori delinea un profilo di partecipazione che distingue Geofluid dalle altre manifestazioni del calendario: il 95% dei rispondenti prevede di pernottare a Piacenza per una media di 3,1 notti e circa 5 giorni complessivi di presenza in città. La spesa media giornaliera totale è stata stimata pari a 154 euro pro-capite e il motivo di partecipazione prevalente è la **specializzazione tecnica** della manifestazione, cui si affiancano la rilevanza internazionale dell'evento e la presenza di buyer qualificati. Il 45% dei rispondenti dichiara già **esperienze positive in edizioni precedenti**, segnale di un bacino espositivo consolidato. Questi indicatori confermano che Geofluid non è soltanto la manifestazione di maggiore dimensione nel calendario di Piacenza Expo, ma quella capace di attrarre il profilo di espositore con il più **elevato grado di coinvolgimento e radicamento pluriennale**.



“Non un semplice
gestore di spazi
espositivi, ma
una **piattaforma**
relazionale capace
di connettere
imprese, istituzioni
e comunità”

5. L'impatto economico

5.1 La metodologia

Le indagini sull'impatto economico di Piacenza Expo sono state condotte nell'arco temporale da ottobre 2025 a marzo 2026, con rilevazioni effettuate in occasione di manifestazioni fieristiche ed eventi ospitati dalla struttura. Il perimetro della raccolta dati ha incluso, per entrambe le categorie di rispondenti (visitatori ed espositori), le seguenti manifestazioni: Metal Materia, Forestalia, Aquawatt, Fiera dei Vini, Tomato World, Apimell e l'evento del tour europeo della guida spirituale Amma. Il campione degli espositori è stato ampliato con due ulteriori rilevazioni condotte con modalità diverse. Per la fiera GIS (tenutasi nell'autunno 2025, prima dell'avvio della distribuzione dei questionari in loco), i questionari sono stati inviati agli espositori tramite link via e-mail a manifestazione già conclusa. Per la fiera Geofluid, programmata per l'autunno 2026, la richiesta di compilazione è stata invece anticipata e trasmessa via e-mail agli espositori già in questa fase di rilevazione, in una logica di raccolta prospettica. Queste due fiere non sono quindi incluse nel campione dei visitatori. A integrazione dei risultati emersi è stato altresì utilizzato un sondaggio condotto durante l'ultima edizione di Geofluid, nel 2023.

La raccolta dati si è avvalsa di questionari strutturati somministrati attraverso due canali complementari: QR code esposto presso gli spazi fieristici, che consentiva ai partecipanti di compilare autonomamente il questionario in tempo reale tramite smartphone sulla piattaforma Qualtrics, e questionari cartacei distribuiti direttamente dal personale. Il campione complessivo è risultato complessivamente di 601 rispondenti, di cui 378 espositori e 223 visitatori.

Il questionario era articolato in sezioni relative all'anagrafica del rispondente, alla motivazione di partecipazione, ai giorni di permanenza e all'eventuale pernottamento nella provincia di Piacenza, alla

stima della spesa giornaliera suddivisa per categoria (alloggio, vitto, trasporto per arrivare, trasporti in zona, prodotti tipici, altro), alla valutazione della qualità dei servizi fieristici, alla percezione dei temi di sostenibilità (gestione rifiuti, raggiungibilità della sede, trasparenza e correttezza della gestione, accessibilità e inclusione dei visitatori) e alla percezione della città.

Per quanto concerne la metodologia relativa alla stima degli impatti diretti, indiretti e dell'indotto si rimanda al paragrafo 5.4, segnalando che le analisi condotte non tengono conto degli impatti economici generati sul territorio extra-urbano.

5.2 La spesa dei visitatori sul territorio

La **spesa media giornaliera complessiva per visitatore risulta pari a 181,43 euro**. La voce principale è il trasporto per raggiungere Piacenza con 59,14 euro (32,6% del totale), seguita da vitto 51,23 euro (28,2%), alloggio 39,29 euro (21,7%), prodotti tipici 20,13 euro (11,1%), trasporti locali 7,71 euro (4,2%) e altro 3,94 euro (2,2%).

Il primato del trasporto si spiega con la composizione del pubblico: il 57,8% dei visitatori è residente a Piacenza e sostiene costi di viaggio trascurabili, mentre il restante 42,2% proviene da altre province, regioni o dall'estero e genera spese di trasporto elevate. La spesa varia sensibilmente per provenienza geografica e tipo di visita. **I visitatori dall'estero spendono in media 415,5 euro**, quelli dal Centro Sud 290,60 euro e quelli dal Nord 167,53 euro. Chi ha pernottato ha speso in media 316,56 euro contro 91,33 euro di chi ha visitato in giornata. La media relativa ai pernottamenti è di 1,34 notti.

Tra il 2014 e il 2025 la spesa media pro-capite giornaliera è passata da 41,10 a 181,43 euro, con un incremento di oltre quattro volte. L'aumento riguarda tutte le voci comparabili. Il confronto non è però del tutto omogeneo: nel 2014 era inclusa la spesa per l'allestimento dello stand, non rilevata nel 2025, e le voci trasporto per arrivare e trasporti locali non erano presenti nel questionario del 2014, rendendo il totale 2025 strutturalmente più ampio.

Tabella 2.
Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori non residenti (euro e valori %)

Voce di spesa	2014 (euro)	2025 (euro)	2025 (%)
Alloggio	3,70	39,29	21,7%
Vitto	14,60	51,23	28,2%
Prodotti tipici	22,80	20,13	11,1%
Trasporto per arrivare	n.d.	59,14	32,6%
Trasporti locali	n.d.	7,71	4,2%
Altro	n.d.	3,94	2,2%
Spesa allestimento	inclusa	non rilevata	
TOTALE	41,10	181,43	100%

n.d. = voce non rilevata nella rispettiva edizione. Il dato 2014 è tratto dal Bilancio Sociale 2014. Per il 2025 la voce allestimento non era inclusa nel questionario.

5.3 La spesa degli espositori sul territorio

La **spesa media giornaliera pro-capite degli espositori ammonta a 259,50 euro**, sensibilmente superiore a quella dei visitatori. La voce principale è il trasporto per arrivare a Piacenza con 97,18 euro (37,5% del totale), seguita dall'alloggio con 92,99 euro (35,8%), dal vitto con 55,02 euro (21,2%), dai trasporti locali con 6,57 euro (2,5%), dai prodotti tipici con 6,49 euro (2,5%) e dalla voce altro con 1,26 euro (0,5%).

Il primato del trasporto riflette la composizione geografica degli espositori: a differenza dei visitatori, dove il 57,8% del campione era residente a Piacenza, tra gli espositori i piacentini rappresentano solo il 10,10%, mentre il restante 89,9% proviene da altre regioni italiane, dall'Emilia-Romagna o dall'estero. Di conseguenza, la quasi totalità degli espositori sostiene costi di viaggio significativi, che trascinano questa voce al primo posto.

La spesa varia in base alla provenienza geografica e alla tipologia di permanenza. Gli espositori dall'estero spendono in media 375,26 euro, quelli dal Centro Sud 365,49 euro e quelli dal Nord Italia 228,41 euro. La quota di pernottanti tra gli espositori è molto elevata, pari al 79,4%, con una media di 2,25 notti per chi ha pernottato e una media di 3,84 giorni di presenza a Piacenza. **Chi ha pernottato ha speso in media 276,88 euro giornalieri**, contro 125,85 euro di chi si è fermato in giornata.

Tabella 3.
Spesa media pro-capite giornaliera degli espositori non residenti (euro e valori %)

Voce di spesa	2014 (euro)	2025 (euro)	2025 (%)
Alloggio	53,20	92,99	35,8%
Vitto	59,00	55,02	21,2%
Prodotti tipici	28,80	6,49	2,5%
Trasporto per arrivare	n.d.	97,18	37,5%
Trasporti locali	n.d.	6,57	2,5%
Altro	n.d.	1,26	0,5%
TOTALE	141,00	259,50	100%

n.d. = voce non rilevata nella rispettiva edizione. Il dato 2014 è tratto dal Bilancio Sociale 2014 e si riferisce alla spesa dei soli espositori esterni alla provincia.

Tra il 2014 e il 2025 la spesa media giornaliera degli espositori è quasi raddoppiata, passando da 141,00 a 259,50 euro. L'alloggio è cresciuto da 53,20 a 92,99 euro e rimane una voce rilevante, mentre il vitto è rimasto sostanzialmente stabile (da 59,00 a 55,02 euro) ed è l'unica voce in lieve calo in valore assoluto. I prodotti tipici si sono invece ridotti sensibilmente, da 28,80 a 6,49 euro. Il confronto è però parziale: nel 2014 le voci trasporto per arrivare, trasporti locali e altro non erano rilevate, e la loro inclusione nel 2025 spiega in larga parte l'aumento del totale, dal momento che il solo trasporto per arrivare vale 97,18 euro, ovvero il 37,5% della spesa complessiva.

5.4 La stima dell'indotto economico

La stima dell'indotto economico generato da Piacenza Expo si basa su due passaggi distinti: il calcolo della spesa diretta complessiva attivata da visitatori ed espositori sul territorio, e l'applicazione dei moltiplicatori economici elaborati da Prometeia per il turismo fieristico italiano (fonte: Prometeia - AEFI, L'impatto del turismo fieristico in Italia, 2023).

La spesa totale diretta di 21.173.857 euro è ottenuta sommando le stime di spesa per visitatori ed espositori, calcolate separatamente in funzione del comportamento di pernottamento dichiarato

nel questionario, al netto delle spese di traposto per arrivare e lasciare Piacenza (che non hanno effetti diretti sul territorio piacentino).

Per i visitatori, il campione è stato suddiviso tra coloro che hanno pernottato a Piacenza (14,3%) e coloro che non hanno pernottato (85,2%). Le quote sono state proiettate sulla totalità di visitatori del 2025, pari a **172.250 visitatori**, ottenendo circa 24.717 pernottanti e 146.760 non pernottanti. La spesa totale dei visitatori è calcolata moltiplicando per ciascun gruppo la stima numerica per la spesa media giornaliera e per il numero medio di giorni di presenza: i pernottanti spendono in media 230,00 euro al giorno per 2,1 giorni (spesa totale: 11.938.547 euro), i non pernottanti 50,40 euro per 1 giorno (spesa totale: 7.396.709 euro), per un totale visitatori di 19.335.256 euro.

Per gli espositori, il campione di 300 pernottanti a Piacenza (79,4%) e 78 non pernottanti (20,6%), è stato proiettato sull'universo di **2.480 espositori**. I pernottanti spendono in media 216,70 euro al giorno per 3,9 giorni (spesa totale: 1.663.430 euro), i non pernottanti 114,10 euro per 3 giorni (spesa totale: 175.171 euro), per un totale espositori di 1.838.601 euro. La somma delle due componenti restituisce la spesa diretta complessiva pari a 21.173.857 euro.

Per stimare l'impatto economico complessivo, Prometeia ha sviluppato un modello input-output applicato all'economia turistica italiana che distingue tre livelli di attivazione: l'**impatto diretto** (generato dagli acquisti di beni e servizi da parte dei turisti fieristici), l'**impatto indiretto** (generato dalle imprese fornitrici delle imprese turistiche attivate direttamente) e l'**impatto indotto** (generato dai consumi dei lavoratori delle imprese attivate nei primi due livelli, ovvero generato dai consumi derivanti dai redditi degli addetti delle imprese attivate direttamente e indirettamente). La tabella seguente riporta i moltiplicatori per ogni euro di spesa fieristica attivata.

Tabella 4.

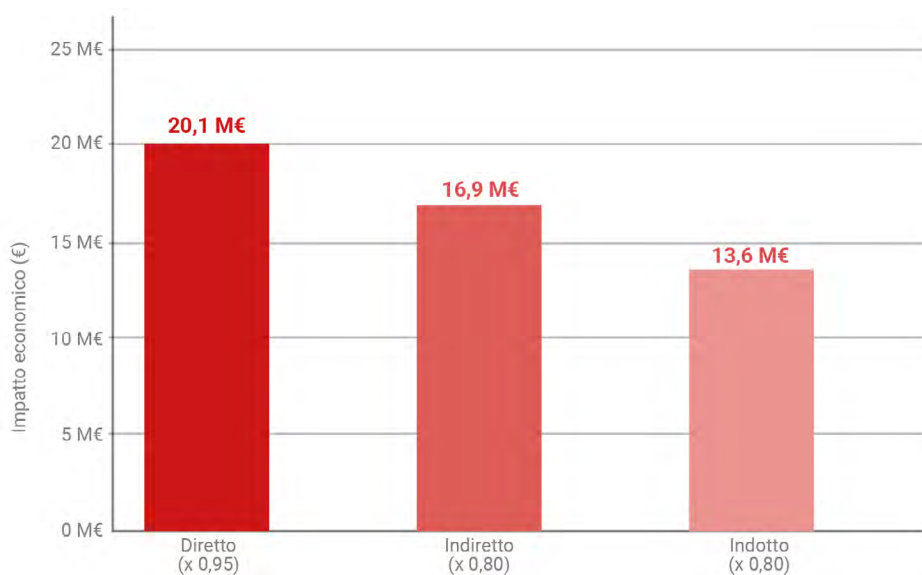
I moltiplicatori del turismo fieristico (valori assoluti per 1 euro di spesa diretta)

	Produzione (euro)	Valore aggiunto (euro)	Imposte sui consumi (euro)	Occupazione (unità per mln euro)
Diretto	0,95	0,46	0,05	11,02
Indiretto	0,80	0,35		5,07
Indotto	0,64	0,33		5,06
Totale	2,39	1,10		21,1

fonte: Prometeia – AEFI, L'impatto del turismo fieristico in Italia, 2023

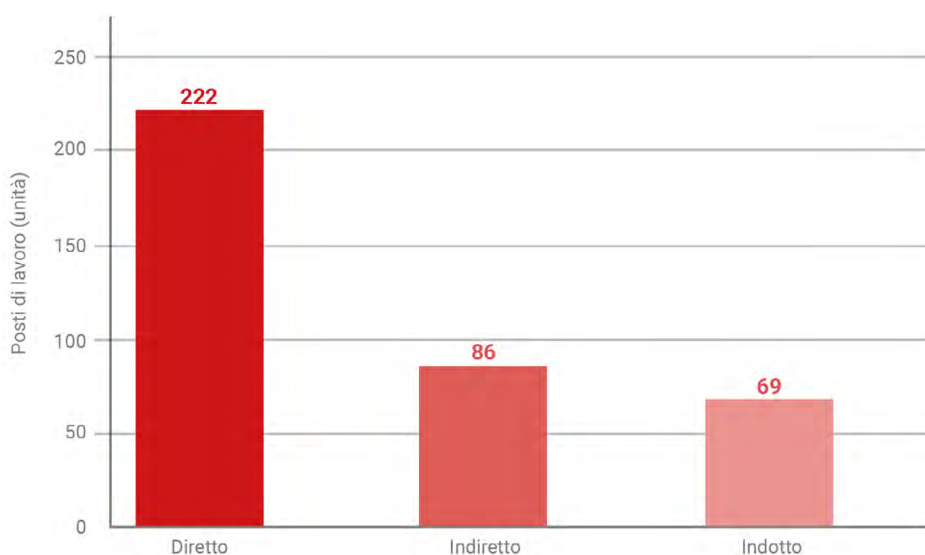
Applicando il **moltiplicatore** complessivo di produzione pari a 2,39 alla **spesa diretta di 21.173.857 euro** si ottiene un **indotto economico totale** stimato in **50.605.518 euro**. Questo valore rappresenta il contributo complessivo di Piacenza Expo all'economia del territorio in termini di produzione attivata, includendo la filiera di fornitura e i consumi generati dai redditi del lavoro. Disaggregando per livello: l'**impatto diretto** vale **20.115.164 euro (x 0,95)**, quello **indiretto** **16.939.086 euro (x 0,80)** e quello **indotto** **13.551.268 euro (x 0,64)**.

Figura 4.
L'impatto diretto, indiretto e indotto delle manifestazioni fieristiche di Piacenza Expo (milioni di euro, 2025)



Sul fronte occupazionale, applicando i seguenti moltiplicatori: 11 unità per milione di euro di spesa diretta, 5,07 unità per milione di spesa indiretta e 5,06 unità per milione di spesa indotta, Piacenza Expo attiva una stima di circa **377 posti di lavoro** sul territorio, di cui circa 222 riconducibili all'impatto diretto, 86 a quello indiretto e 69 a quello indotto.

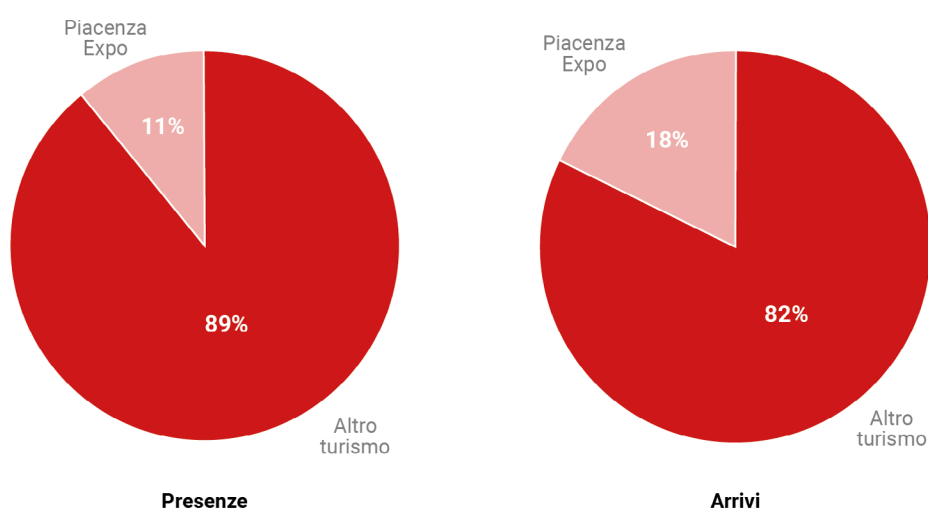
Figura 5.
L'impatto occupazionale delle manifestazioni fieristiche di Piacenza Expo (posti di lavoro 2025 per tipo di impatto)



5.5 L'impatto sul turismo di Piacenza

Il turismo nel Comune di Piacenza segna una decisa ripresa nel 2025, dopo un anno di assestamento: con 152.363 arrivi e 331.400 presenze, il capoluogo concentra oltre la metà del movimento turistico dell'intera provincia, che **nell'anno totalizza 292.902 arrivi e 638.027 pernottamenti** (fonte: Regione Emilia-Romagna, analisi territoriale della domanda turistica 2025). Il peso del Comune, ovvero il **52% degli arrivi** e delle presenze provinciali, conferma il ruolo trainante di Piacenza nell'offerta ricettiva del territorio. In questo quadro, Piacenza Expo si rivela un driver essenziale: i 172.000 visitatori e i 2.480 espositori dell'ultimo anno generano una stima di 37.166 pernottamenti, pari all'11% delle presenze e al 17% degli arrivi del Comune, con un impatto misurabile anche sulla **tassa di soggiorno**, alla quale le manifestazioni fieristiche contribuiscono per l'11% degli introiti complessivi riscossi dal Comune che ammontano a circa **454mila euro**.

Figura 6.
L'impatto sul turismo delle manifestazioni fieristiche di Piacenza Expo (peso % su presenze e arrivi del Comune di Piacenza 2025)



5.6 Il confronto 2014-2025

Accostare i dati del 2025 a quelli del Bilancio Sociale 2014 offre una prospettiva utile sull'evoluzione dell'impatto economico generato dalla manifestazione, pur richiedendo qualche attenzione interpretativa: le due rilevazioni non sono perfettamente omogenee, poiché il questionario 2014 non includeva la voce relativa alla spesa per il trasporto locale, mentre nella survey del 2025 le spese di allestimento non sono state oggetto di analisi.

Figura 7.

La composizione % della spesa giornaliera 2014 (valori % di visitatori ed espositori, escluse spese di trasporto)

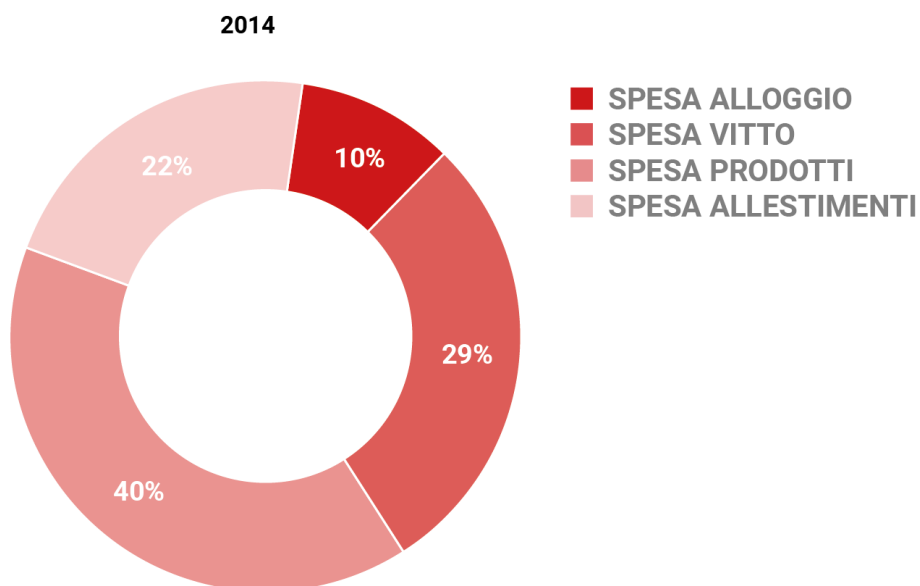


Figura 8.

La composizione % della spesa giornaliera degli espositori 2025 (valori % 2025)

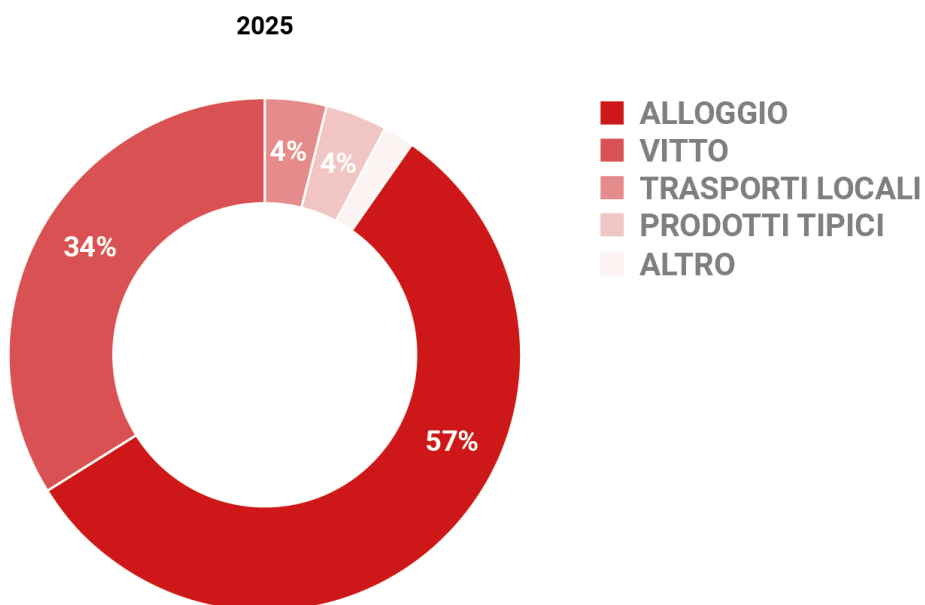
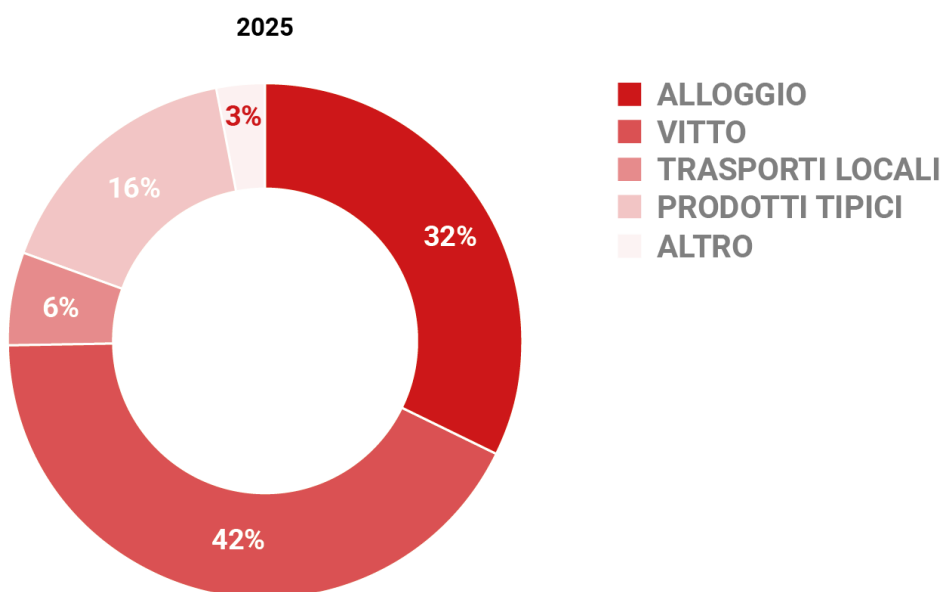


Figura 9.

La composizione % della spesa giornaliera dei visitatori 2025 (valori % 2025)



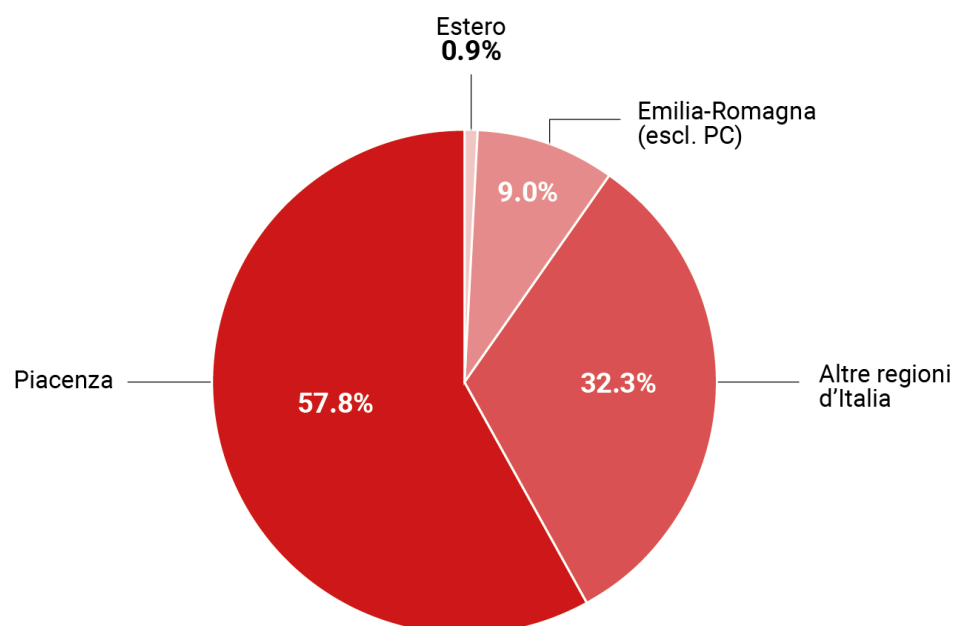
6. Il punto di vista degli stakeholder: la *customer satisfaction*

6.1 Il profilo dei visitatori

L'analisi dei dati raccolti attraverso la survey somministrata ai visitatori delle principali manifestazioni fieristiche ospitate presso Piacenza Expo restituisce un quadro articolato e coerente, in grado di delineare con precisione le caratteristiche del pubblico che anima il polo fieristico piacentino. Le informazioni rilevate riguardano la provenienza geografica, le motivazioni di visita e il grado di fidelizzazione, offrendo una lettura complessiva del profilo dei frequentatori delle fiere.

La componente locale si conferma predominante: il **58%** degli intervistati risiede nella **provincia di Piacenza**, a testimonianza di un radicamento territoriale solido e consolidato. Il restante **42%** proviene da **fuori provincia**, con una quota significativa di visitatori da altre regioni italiane (32,3%), cui si aggiunge la componente emiliano-romagnola (9,0%) e una presenza internazionale ancora contenuta ma non trascurabile (0,9%).

Figura 10.
L'area di provenienza
dei visitatori (valori %)



Il profilo motivazionale degli intervistati appare quasi perfettamente bipartito tra **interesse personale** e **interesse professionale**, attestatisi rispettivamente al **50,0%** e al **49,0%**. Questo equilibrio rappresenta uno degli elementi più significativi emersi dalla rilevazione: le manifestazioni ospitate da Piacenza Expo si confermano capaci di intercettare con pari efficacia tanto il pubblico degli appassionati quanto quello degli operatori di settore. La quota residuale riferibile ad altre motivazioni si ferma all'1,0%.

Tabella 5.
Le motivazioni di partecipazione (valori %)

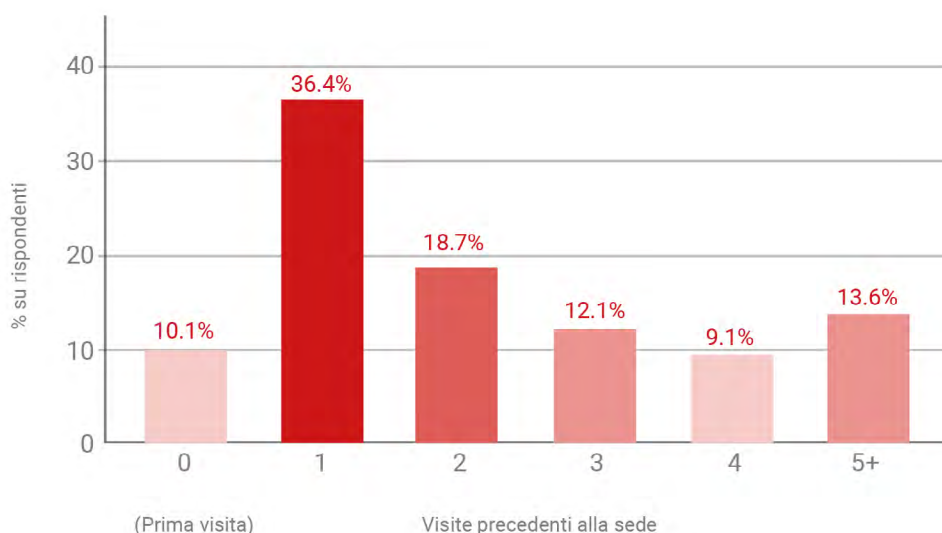
Motivazione	% su totale
Interesse personale	50,0%
Interesse professionale	49,0%
Altro	1,0%
Totale rispondenti	100%

Il **grado di fidelizzazione** del pubblico risulta elevato: quasi il **90% dei visitatori** ha già frequentato in precedenza la sede di Piacenza Expo almeno una volta. La classe più numerosa è quella con una visita precedente (36,4%), seguita da chi ne ha effettuate due (18,7%) e tre (12,1%), mentre il 13,6% si configura come visitatore abituale con cinque o più presenze alle spalle. I visitatori alla prima esperienza rappresentano il 10,1% del totale, una quota sufficiente ad assicurare un fisiologico ricambio del pubblico nel tempo. La media di 2,38 visite precedenti e la mediana di 2,0 confermano una base di frequentatori in larga parte consolidata.

Tabella 6.
La frequenza di visite a Piacenza Expo (valori % e numero medio)

Visite precedenti	% su totale
0 (prima visita assoluta)	10,1%
1	36,4%
2	18,7%
3	12,1%
4	9,1%
5 o più	13,6%
Totale rispondenti	100%
Media visite precedenti	2,38
Mediana visite precedenti	2,0

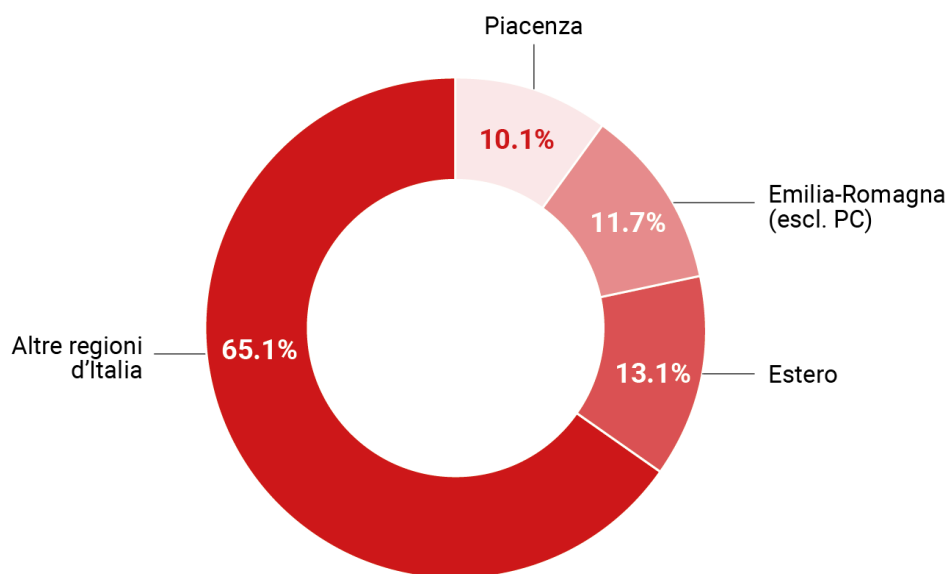
Figura 11.
La frequenza di
visite a Piacenza
Expo (valori %)



6.1.1 La survey sui visitatori di Geofluid 2023

Con oltre **14mila visitatori** provenienti da più di 90 Paesi e una quota estera pari al **30,3% del totale** (dati relativi a Geofluid 2023), la fiera evidenzia il suo **carattere internazionale** e si conferma come punto di riferimento globale per il settore delle perforazioni e delle fondazioni speciali.

Figura 12.
Provenienza
dei visitatori di
Geofluid 2023



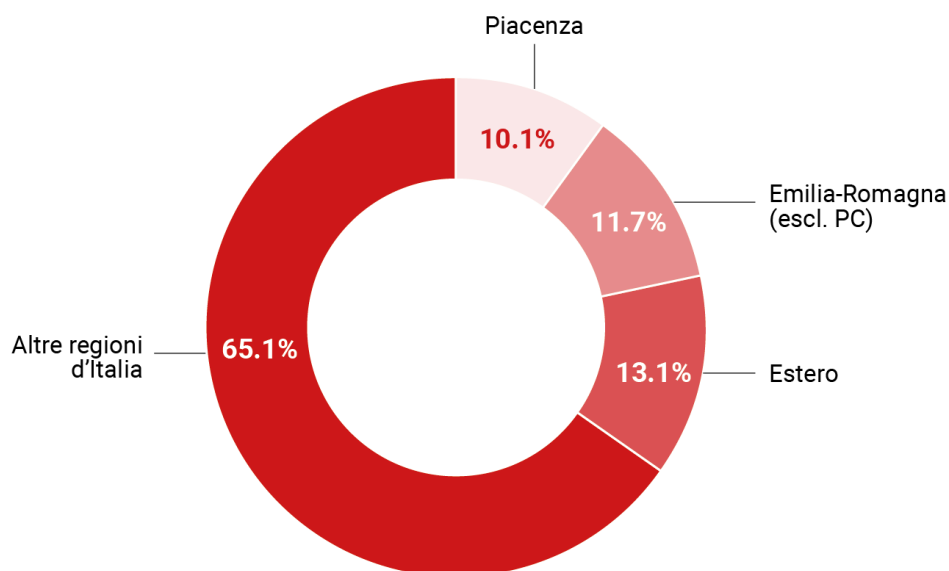
Inoltre, al termine dell'edizione 2023 di Geofluid è stato somministrato un sondaggio online a circa 1.000 visitatori professionali. I risultati hanno evidenziato un **apprezzamento molto elevato**: il **92%** degli intervistati ha giudicato le novità tecnologiche ben rappresen-

tate e al di sopra delle aspettative, mentre il **97%** ha ritenuto la visita utile e appagante, confermando Geofluid come appuntamento di riferimento per il settore. Le motivazioni di visita si distribuiscono tra interesse per le novità tecnologiche (**54%**) e volontà di stringere nuove relazioni professionali (**49%**). Significativa anche la quota di prime presenze: il **32%** dei visitatori era alla propria prima edizione, segnale di vicinanza ai mercati emergenti e ai nuovi operatori. Sul fronte internazionale, i **7.167 visitatori stranieri certificati** hanno mostrato un forte coinvolgimento: il **76%** ha pernottato almeno una notte a Piacenza (spesa media circa 160 euro, cena inclusa). Analoga intensità si registra tra i professionisti italiani: il **68%** ha dedicato più di quattro ore alla visita in giornata.

6.2 Il profilo degli espositori

La distribuzione geografica degli espositori rivela una base di partecipanti sensibilmente più ampia e diversificata rispetto a quella dei visitatori, a conferma della capacità attrattiva di Piacenza Expo su scala nazionale e internazionale. La componente **extra-regionale** costituisce la quota più consistente, con le regioni italiane diverse dall'Emilia-Romagna che rappresentano il 65,1% del campione. La **presenza locale**, ovvero gli espositori con sede nella provincia di Piacenza, si attesta al 10,1%, mentre l'Emilia-Romagna (esclusa Piacenza) contribuisce per l'11,7%, con Bologna, Modena e Parma come province maggiormente rappresentate. Particolarmente rilevante è la **componente internazionale**: il 13,1% degli espositori proviene dall'estero, con oltre 15 Paesi rappresentati.

Figura 13.
L'area di provenienza
degli espositori
(valori %)



Discorso a parte merita Geofluid che nell'ultima edizione del 2023 ha registrato la partecipazione di 377 espositori provenienti da 25 paesi, di cui 22,3% da nazioni dell'Unione Europea e il 9,8% da mercati extra-europei, fra cui Stati Uniti, Gran Bretagna e Svizzera, a confermare la **vocazione spiccatamente internazionale** della manifestazione.

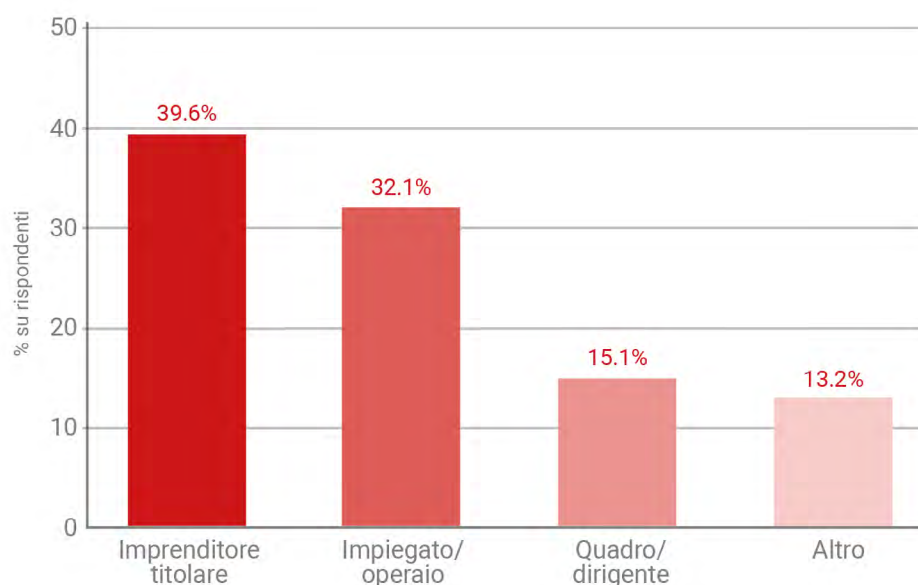
È stato rilevato altresì il profilo professionale degli espositori: la categoria più rappresentata è quella degli imprenditori e titolari di impresa (39,6%), seguono gli impiegati e operatori (32,1%) e i quadri e dirigenti (15,1%). La quota residuale "Altro" (13,2%) raccoglie figure eterogenee quali liberi professionisti, agenti, rappresentanti e collaboratori di impresa familiare. Il dato complessivo descrive un **pubblico professionale prevalentemente imprenditoriale**, coerente con la **natura B2B** di larga parte delle manifestazioni ospitate.

Tabella 7.
Il profilo
professionale
degli espositori
(valori %)

Profilo professionale	% su rispondenti
Imprenditore titolare di impresa	39,6%
Impiegato/operaio	32,1%
Quadro/dirigente	15,1%
Altro	13,2%
Totale rispondenti	100%

Figura 14.

Il profilo professionale degli espositori (valori %)



La scelta di esporre presso Piacenza Expo è guidata in primo luogo dalla pertinenza tematica della manifestazione rispetto al core business dell'espositore: l'interesse specifico per il tema o il settore dell'evento è citato dal 52,8% dei rispondenti. Al secondo posto si collocano le esperienze positive maturate nelle edizioni precedenti (27,1%), dato che attesta un elevato grado di fidelizzazione della base espositiva.

Tabella 8.

I motivi di scelta di esporre a Piacenza Expo (valori %)

Ragione di scelta (più risposte possibili)	% rispondenti
Interesse specifico per il tema o il settore	52,8%
Esperienze positive in precedenti edizioni	27,1%
Specializzazione tecnica della manifestazione	21,5%
Facilita di raggiungere la sede fieristica	16,0%
Presenza di espositori o aziende di interesse	11,8%
Suggerimento di amici, colleghi o media	9,7%
Presenza di buyer e operatori qualificati	9,7%

Rilevanza internazionale dell'evento	9,7%
Opportunità di networking	9,1%
Reputazione o qualità dell'organizzazione	9,0%
Collocazione geografica	3,5%
Totale	100%

Seguono la specializzazione tecnica della manifestazione (21,5%) e la facilità di raggiungere la sede fieristica (16,0%), elemento quest'ultimo coerente con la posizione logistica di Piacenza, collocata all'incrocio tra l'autostrada A1 e la A21.

Fattori quali la rilevanza internazionale, la presenza di buyer qualificati e le opportunità di networking, pur registrando valori più contenuti, segnalano che una quota significativa di espositori valuta la partecipazione anche in chiave di sviluppo commerciale e internazionalizzazione.

6.3 La valutazione dei servizi fieristici

Visitatori ed espositori sono stati chiamati a esprimere un giudizio su tre dimensioni fondamentali dell'esperienza fieristica, ovvero l'organizzazione della manifestazione, i servizi resi disponibili durante l'evento e la riuscita complessiva rispetto alle aspettative. La scala adottata era ordinale a cinque punti, dove 1 corrisponde al giudizio peggiore e 5 al massimo di soddisfazione.

I risultati complessivi indicano un livello di apprezzamento decisamente positivo da parte di entrambi i gruppi. Gli espositori hanno attribuito all'**organizzazione** una media di 4,24 su 5, leggermente superiore a quella registrata tra i visitatori (4,20). Anche sul piano dei **servizi disponibili** il giudizio degli espositori (4,14) supera, di poco, quello dei visitatori (4,08). Per quanto riguarda la **riuscita** rispetto alle aspettative, il divario si mantiene contenuto: espositori a 4,15 e visitatori a 4,09. L'indice composito, calcolato come media aritmetica delle tre dimensioni, si attesta a 4,18 per gli espositori e a 4,12 per i visitatori. La percentuale di rispondenti con un indice

medio uguale o superiore a 4 raggiunge il 74% tra gli espositori e il 65% tra i visitatori.

Il confronto con le rilevazioni del 2014 richiede cautela. La scala utilizzata era a sette punti (non direttamente comparabile con quella a cinque del 2026) e le dimensioni indagate erano diverse. Nel 2014 si valutavano, tra gli espositori, aspetti come fiera nel complesso, organizzazione, spazi e vantaggio commerciale, e tra i visitatori elementi quali aspettative, conoscenza, degustazioni e ampliamento della clientela. Nel 2026 il focus si è ristretto a organizzazione, servizi e riuscita dell'evento.

Nonostante tali differenze, anche nel 2014 emergevano giudizi elevati (valori normalizzati tra 8,0 e 8,6 su 10), che suggeriscono una sostanziale continuità nella percezione positiva delle manifestazioni organizzate da Piacenza Expo.

Figura 15.

La valutazione di organizzazione, servizi e riuscita delle manifestazioni (scala 1-5, visitatori ed espositori)

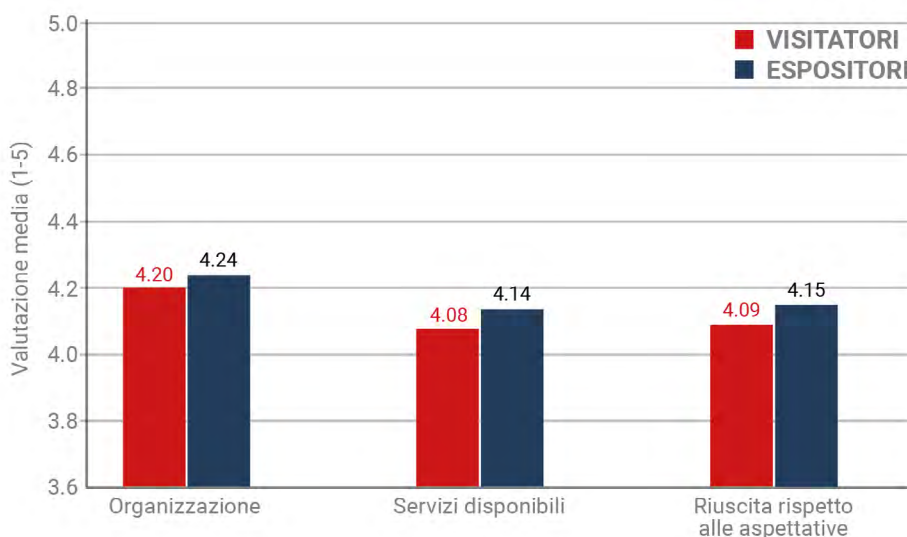


Figura 16.

La valutazione dell'organizzazione (scala 1-5)

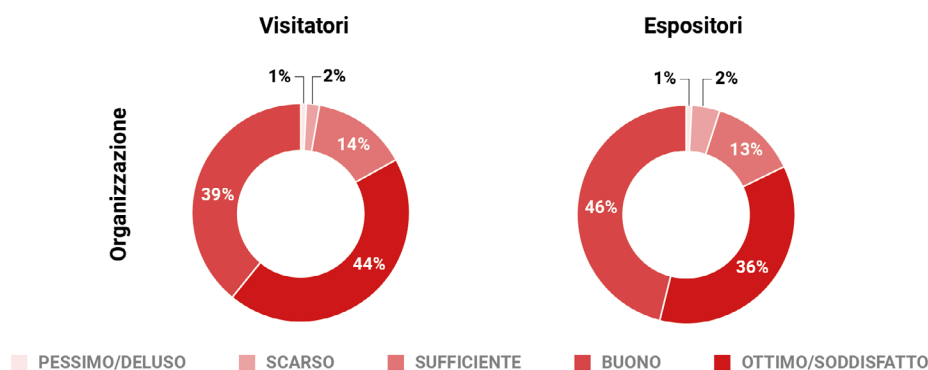


Figura 17.
La valutazione dei servizi offerti (scala 1-5)

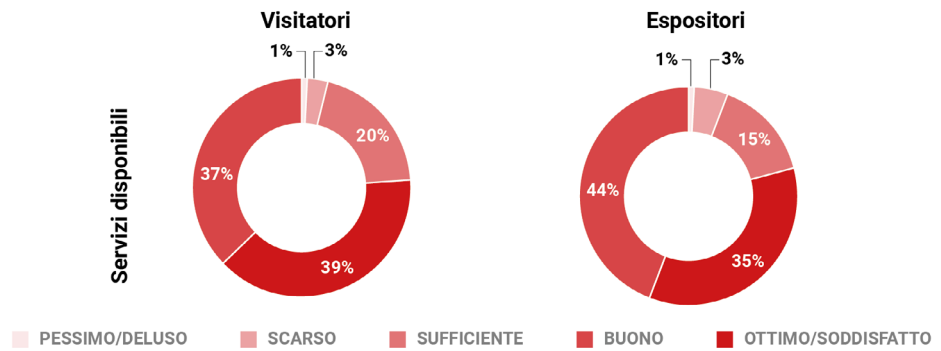


Figura 18.
La valutazione della riuscita delle manifestazioni (scala 1-5)

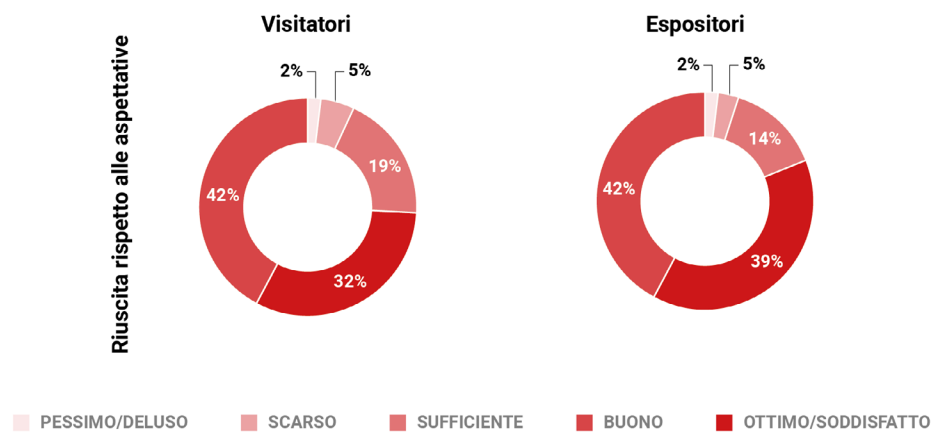
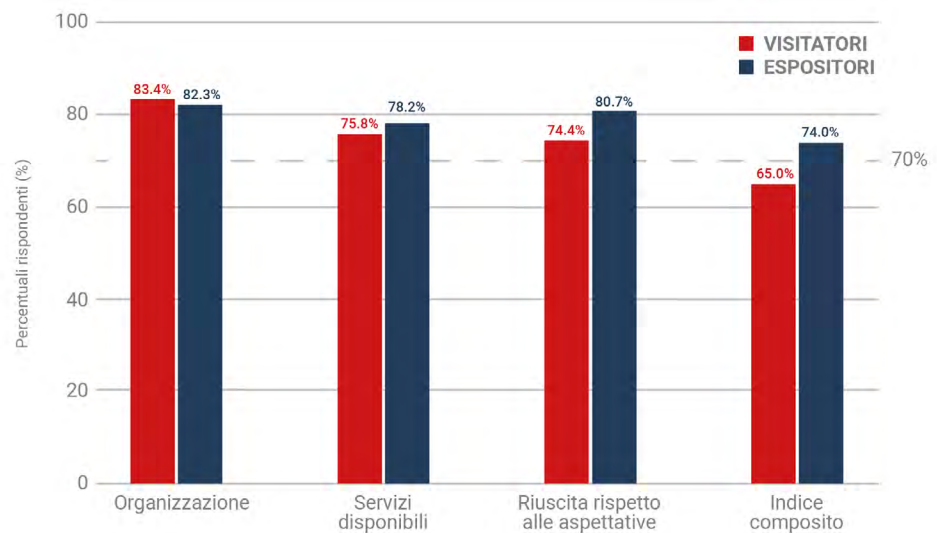


Figura 19.
La valutazione dei servizi (valori % su scala 1-5, voto ≥ 4)



6.4 La percezione della sostenibilità

Il questionario ha rilevato la percezione dei rispondenti su quattro dimensioni di sostenibilità e accessibilità della manifestazione, valutate con una scala ordinale da 1 a 5 (1 = per nulla, 5 = moltissimo): riduzione dei rifiuti e uso responsabile delle risorse, accessibilità e inclusione dei visitatori, trasparenza e correttezza nella gestione dell'evento, accessibilità logistica della sede, ovvero collegamenti, parcheggi, segnaletica, trasporti.

Tabella 9.
La valutazione della sostenibilità di Piacenza Expo (voto medio su scala 1-5: valore % di voto ≥ 4)

Dimensione	Media visitatori	% ≥ 4 visitatori	Media espositori	% ≥ 4 espositori
Riduzione rifiuti	3,33	40,9%	3,84	62,5%
Accessibilità/ inclusione	4,15	76,8%	3,98	75,8%
Trasparenza gestione	4,04	74,2%	3,97	72,4%
Accesso logistico	4,15	73,7%	3,88	69,7%
Indice composito ESG	3,84	-	3,93	-

Tra le quattro dimensioni indagate, la **riduzione dei rifiuti** registra i punteggi più bassi da parte dei visitatori, con una media di 3,33 e solo il 40,9% dei rispondenti che assegna un voto pari o superiore a 4. Gli espositori esprimono invece un giudizio sensibilmente più positivo (3,84 di media, 62,5% con voto ≥ 4). Il divario tra i due gruppi, pari a 0,52 punti, suggerisce che chi opera all'interno della manifestazione percepisce con maggiore chiarezza gli sforzi compiuti in questo ambito, mentre per i visitatori la comunicazione degli impegni ambientali potrebbe essere resa più visibile.

L'**accessibilità e l'inclusione** dei visitatori e la trasparenza nella gestione ottengono valutazioni elevate e sostanzialmente omogenee tra i due pubblici. Per l'accessibilità e l'inclusione, la media dei visitatori (4,15) supera leggermente quella degli espositori (3,98), con il 76,8% e il 75,8% di rispondenti rispettivamente nella fascia ≥ 4 . Per la trasparenza nella gestione i valori sono analoghi: 4,04 per i visitatori (74,2%

con voto ≥ 4) e 3,97 per gli espositori (72,4%). In entrambi i casi la distribuzione si concentra nettamente sui punteggi 4 e 5, confermando una percezione ampiamente positiva della capacità organizzativa e della correttezza gestionale di Piacenza Expo.

Per quanto concerne l'**accessibilità logistica della sede**, i visitatori attribuiscono a questa voce una media di 4,15, con il 73,7% che assegna un voto pari o superiore a 4 e addirittura il 54,0% che esprime la valutazione massima (5), la quota più alta tra tutte le dimensioni rilevate. Gli espositori sono leggermente più cauti (3,88 di media, 69,7% con voto ≥ 4 , 41,1% con voto 5), risultato che riflette probabilmente la varietà di modalità di arrivo e le esigenze logistiche più complesse di chi allestisce uno stand. La posizione strategica del quartiere fieristico, a pochi minuti dall'uscita autostradale di Piacenza Sud e dotato di oltre 2.800 posti auto, è chiaramente riconosciuta dal pubblico.

I grafici seguenti mostrano la distribuzione delle risposte per punteggio e per tipo di pubblico. La polarizzazione verso i valori alti (4 e 5) è marcata per le dimensioni accessibilità e inclusione, trasparenza nella gestione e accesso logistico, mentre per la riduzione dei rifiuti la distribuzione è spostata verso i punteggi centrali, con il valore 3 che raccoglie quasi il 40% delle preferenze tra i visitatori e il 30% tra gli espositori.

Figura 20.

La valutazione della sostenibilità di Piacenza Expo (voto medio su scala 1-5)

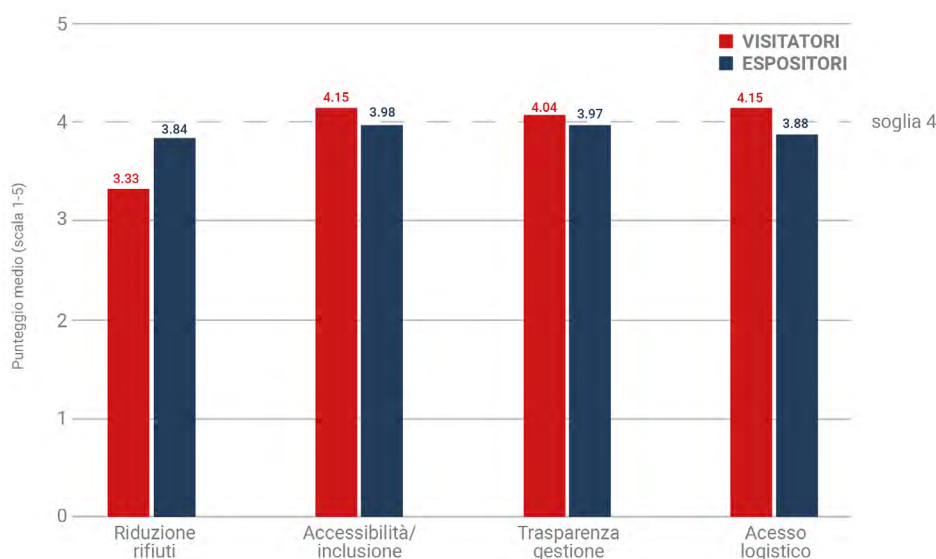
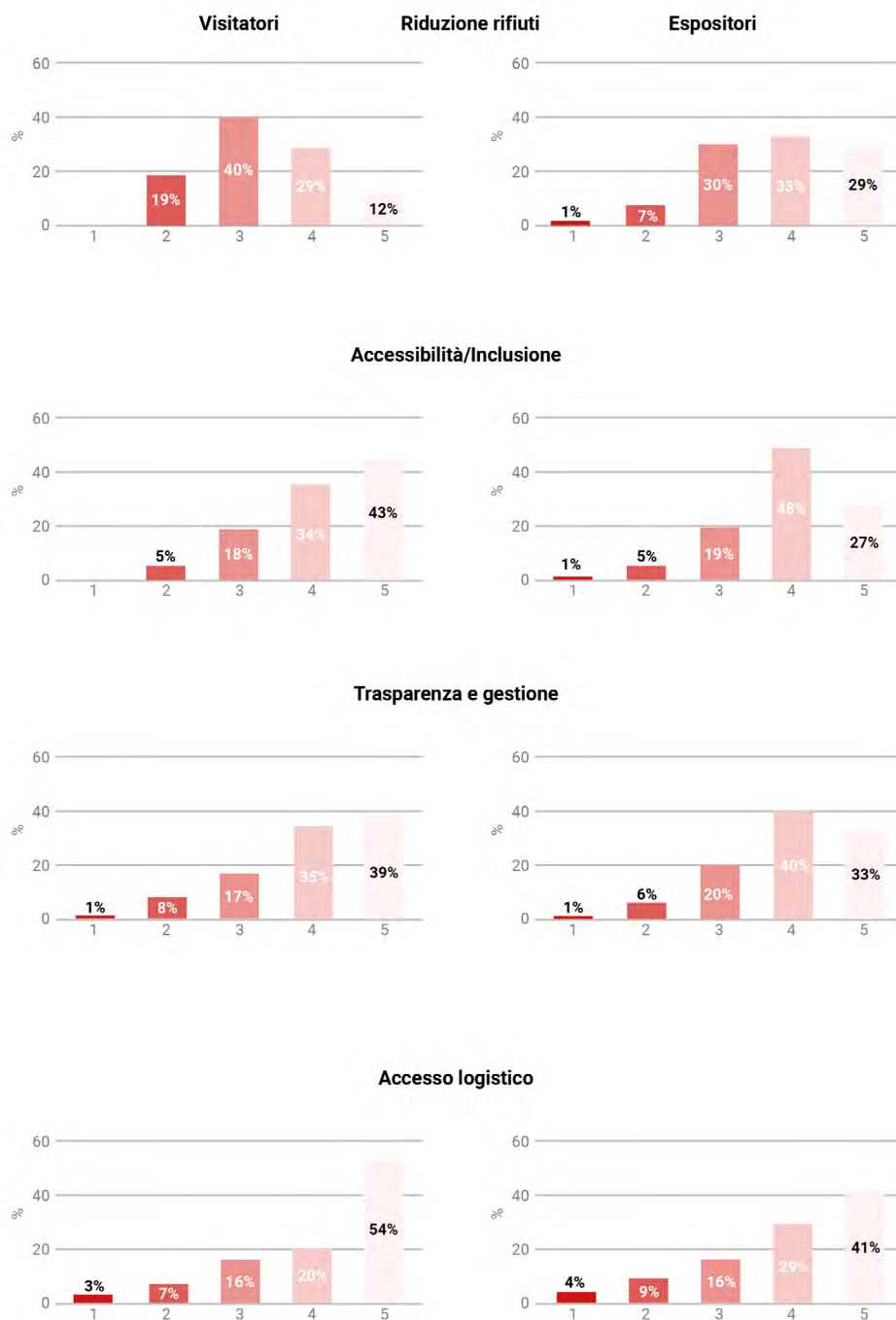


Figura 21.

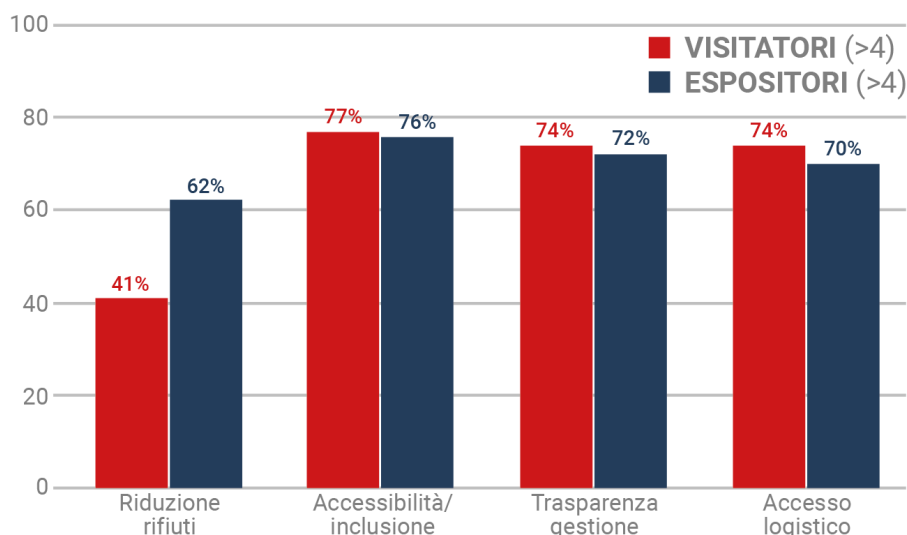
La valutazione della sostenibilità per singolo tema (valori %)



Il grafico degli indicatori di soddisfazione sintetizza la percentuale di rispondenti con voto pari o superiore a 4, evidenziando anche la quota di giudizi massimi (voto 5). Con l'eccezione della riduzione dei rifiuti, tutte le dimensioni superano il 70% di risposte nella fascia alta, segnalando un apprezzamento diffuso. Particolarmente rilevante è la quota di voti 5 per l'accesso logistico dei visitatori (54,0%): il quartiere fieristico risulta il punto di forza più riconosciuto in chiave di sostenibilità e accessibilità.

Figura 22.

La valutazione della sostenibilità di Piacenza Expo (valori % di risposte con voto ≥ 4 per ogni tema di sostenibilità)



In sintesi, il profilo di sostenibilità percepita di Piacenza Expo risulta solido sotto il profilo dell'accessibilità logistica, dell'inclusione e della trasparenza gestionale, tutti elementi che superano ampiamente la soglia di 4 su 5 tra i visitatori. La riduzione dei rifiuti rappresenta invece la dimensione dove le aspettative del pubblico, e in particolare dei visitatori, non sono ancora pienamente soddisfatte: l'organizzazione potrebbe trarre vantaggio dal rendere più visibili e comunicare in modo più diretto le azioni già intraprese in questo ambito (raccolta differenziata, riduzione della plastica, gestione dei materiali di allestimento).

6.5 Le valutazioni sulla città di Piacenza

È stata rilevata la valutazione di visitatori ed espositori su nove dimensioni della città di Piacenza, utilizzando una scala Likert da 1 (pessimo) a 5 (ottimo). Le domande erano riservate a chi si era fermato a visitare la città al di fuori della fiera.

I risultati evidenziano un profilo complessivamente positivo da parte dei visitatori, con medie comprese tra 4,08 (ricettività) e 4,45 (gastronomia) su tutte le dimensioni, ad eccezione dei costi (3,51). Gli espositori esprimono giudizi lievemente più contenuti ma convergenti, con la **gastronomia** che si conferma in testa (4,15) e i servizi come voce più critica (3,35).

Tabella 10.

La valutazione delle caratteristiche di Piacenza (voti medi su scala 1-5 e % voto ≥ 4)

Dimensione	Media visitatori	% ≥ 4 Visitatori	Media Espositori	% ≥ 4 Espositori
Gastronomia	4,45	93,8%	4,15	85,1%
2 ^a Accoglienza	4,29	87,7%	3,76	73,9%
3 ^a Servizi	4,29	86,2%	3,35	40,0%
4 ^a Bellezza	4,28	87,7%	3,64	53,3%
5 ^a Accessibilità	4,28	84,6%	3,74	62,8%
6 ^a Sicurezza	4,19	83,1%	3,58	58,1%
7 ^a Pulizia	4,14	87,7%	3,48	52,2%
8 ^a Ricettività	4,08	75,4%	3,71	62,5%
9 ^a Costi	3,51	50,8%	3,54	50,0%

La **gastronomia è il punto di forza** assoluto dell'immagine di Piacenza: raggiunge una media di 4,45 tra i visitatori, la più alta dell'intera rilevazione, con il 93,8% dei giudizi pari o superiori a 4 e il 52,3% di voti massimi. Anche tra gli espositori la percezione è nettamente positiva (4,15; 85,1% ≥ 4), confermando la **tradizione enogastronomica piacentina** come **fattore identitario** riconosciuto su scala nazionale.

Accoglienza e servizi si collocano al secondo posto ex aequo nella graduatoria dei visitatori (4,29 entrambe), con un'alta percentuale di giudizi positivi (87,7% e 86,2% ≥ 4). L'accoglienza è apprezzata anche dagli espositori (3,76; 73,9% ≥ 4), mentre la valutazione dell'offerta di servizi urbani risulta più selettiva tra chi opera professionalmente nella città (3,35; 40,0% ≥ 4).

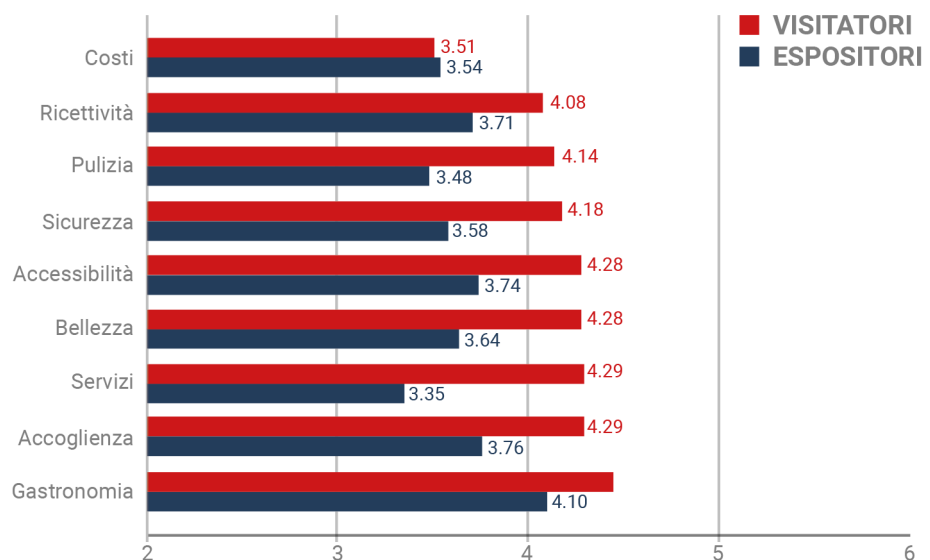
Bellezza e accessibilità occupano il quarto e quinto posto nel ranking dei visitatori (4,28 entrambe), con quasi l'88% e l'85% dei rispondenti che attribuisce un punteggio di almeno 4. Tra gli espositori l'accessibilità logistica è valutata positivamente (3,74; 62,8% ≥ 4), a conferma della buona posizione infrastrutturale della sede fieristica.

Sicurezza percepita (4,19) e **pulizia** (4,14) completano la fascia alta del profilo dei visitatori, con percentuali di soddisfazione superiori all'83%. Gli espositori mostrano giudizi leggermente più critici su entrambe le dimensioni, con medie attorno a 3,58 per la sicurezza e 3,48 per la pulizia.

La **ricettività** segna 4,08 tra i visitatori (75,4% \geq 4), un dato più moderato rispetto alle altre dimensioni ma ancora soddisfacente. I costi rappresentano la voce più critica per i visitatori (3,51; 50,8% \geq 4; 13,8% \leq 2), un segnale di attenzione sulla percezione del rapporto qualità-prezzo. Tra gli espositori le valutazioni di ricettività e costi si attestano rispettivamente a 3,71 e 3,54, in linea con la media complessiva del panel.

I **principali punti di forza** emersi dall'indagine sono la **gastro-nomia**, riconoscimento unanime della tradizione culinaria piacentina, l'**accoglienza** percepita dagli ospiti, la bellezza del **patrimonio architettonico e urbano** e la **facilità di accesso alla sede fieristica**. Queste dimensioni costituiscono un capitale reputazionale consolidato che Piacenza Expo può valorizzare nelle proprie strategie di comunicazione e di marketing territoriale.

Figura 23.
La valutazione delle caratteristiche di Piacenza (voti medi su scala 1-5 per le 9 caratteristiche relative alla città di Piacenza)



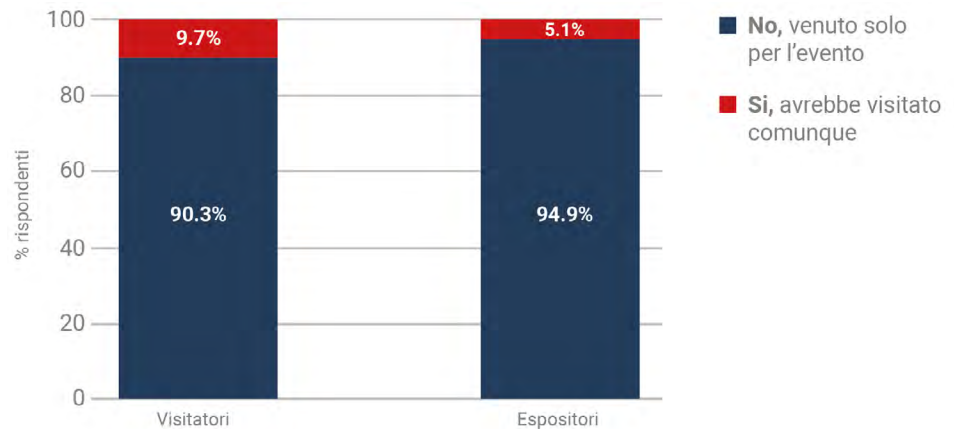
Alla domanda "Se l'evento non ci fosse stato, avresti visitato Piacenza ugualmente?" la risposta è inequivocabile: **il 90,3% dei visitatori e il 94,9% degli espositori** ha dichiarato che **senza la fiera non si sarebbe recato in città**. Solo il 9,7% dei visitatori intervistati e il 5,1% degli espositori avrebbero visitato Piacenza indipendentemente dall'evento. Il dato conferma con forza il ruolo di Piacenza Expo come **leva primaria di attrazione turistica per il territorio**: la fiera genera domanda aggiuntiva che la città non riuscirebbe ad attrarre in modo autonomo.

Un segnale di prospettiva incoraggiante emerge dalla domanda rivolta ai visitatori sulla propensione a tornare: **il 67,7% degli**

intervistati ha dichiarato di considerare Piacenza come **possibile meta per una futura visita** autonoma, ovvero a prescindere dalla presenza di una fiera presso Piacenza Expo. Questo dato suggerisce che la prima esposizione alla città attraverso la fiera produce un effetto di fidelizzazione turistica significativo. Chi valuta positivamente la gastronomia, l'accoglienza e la bellezza del centro storico è più propenso a programmare un ritorno, confermando il potenziale di Piacenza come destinazione autonoma.

Figura 24.

Se l'evento non ci fosse stato, avresti visitato Piacenza ugualmente? (valori %)



7. Conclusioni

Il settore fieristico italiano ha vissuto negli ultimi due anni un ciclo di consolidamento e rilancio, superando definitivamente i livelli pre-pandemia e rafforzando il proprio ruolo come leva strategica per l'economia nazionale e l'internazionalizzazione delle imprese. In questo contesto di crescita diffusa, le fiere si sono confermate un moltiplicatore di business capace di generare ricadute significative sui territori, coinvolgendo un indotto sempre più ampio e diversificato.

A conferma di questa tendenza, anche i dati raccolti ed elaborati restituiscono un'immagine di Piacenza Expo come motore economico e culturale di primo piano per il territorio. Con oltre 172.000 visitatori e 2.480 espositori, la spesa diretta generata ammonta a oltre 21 milioni di euro, per un impatto economico complessivo stimato in circa 50,6 milioni di euro, attivato attraverso effetti diretti, indiretti e indotti. Sul fronte occupazionale, si stimano 377 posti di lavoro connessi all'attività fieristica in un anno. L'impatto sul turismo di Piacenza è stimato in circa il 17% degli arrivi 2025 e l'11% delle presenze.

La soddisfazione di visitatori ed espositori si mantiene su livelli elevati, sia per l'organizzazione che per i servizi resi disponibili da Piacenza Expo. Particolarmente apprezzata risulta la riuscita complessiva delle manifestazioni, coerentemente con l'indice composito che si attesta a 4,18 per gli espositori e 4,12 per i visitatori.

Anche la città di Piacenza raccoglie valutazioni molto positive: la gastronomia eccelle con 4,45 tra i visitatori, seguita da accoglienza, bellezza e accessibilità, tutte abbondantemente sopra il 4 (scala 1-5). Un margine di miglioramento si registra nella comunicazione degli impegni ambientali, ambito su cui il settore fieristico è chiamato a investire, e nel quale Piacenza Expo ha già compiuto passi concreti con l'installazione di un impianto fotovoltaico.

Forte di una storia e di un know-how consolidati nel tempo, Piacenza Expo si conferma così un hub fieristico specializzato e polifunzionale, capace di generare un indotto significativo per il territorio, convalidando il suo valore di asset strategico per una città come Piacenza.

Bibliografia

- AEFI. *"Fiere: settore ancora in crescita nel 2025, +5% la superficie espositiva del quartiere Italia"*, , 15 dicembre 2025
- Altrimedia, *"Piacenza Expo fondamentale catalizzatore per il turismo"*, Libertà, 31 marzo 2026
- Associazione O.C.T.A.E.R., Osservatorio sulla Cultura il Turismo e l'Audiovisivo in Emilia-Romagna, *"Turismo nella provincia di Piacenza (2022-2025)"*, 2026
- Bussi C., *"Italia strategica per gli organizzatori esteri"*, Sole 24 Ore, 27 gennaio 2026
- Cantoni, F., Rizzi, P., Graziano, P., & Maiocchi, F. 2019. *"A Territorial and Organizational Approach to Resilience"*. *Symphonya*, 2, 109–118.
- Cappellin R., Ferlino F., Rizzi P. 2012, *"La città nell'economia della conoscenza"* (a cura di), Franco Angeli, Milano.
- Castelli M., *"La fiera delle moto impenna con Melandri: 12mila a Piacenza Expo"*, Libertà, 15 febbraio 2026
- Chiavarini L., *"Le fiere di primavera crescono ancora: 24mila visitatori"*, Libertà, 9 marzo 2026
- Ciciotti E., Rizzi P. 2018, *"Le città medie in Italia: una risorsa per lo sviluppo territoriale"*, in *Città in controluce*, n.31.
- Faravelli G., *"Al via la tre giorni del Seminart"*, Libertà, 6 marzo 2026
- Faravelli G., *"Ancora tutto esaurito a Piacenza Expo"*, Libertà, 8 marzo 2026
- Faravelli G., *"Piace Mattoncini, 120 espositori ai nastri di partenza"*, Libertà, 12 novembre 2025
- Foster, D. & Sarkis, J. 2021. *"Carbon Footprint Reduction in the Exhibition Industry"*. *Journal of Environmental Policy & Planning*. 43(4)
- Foti R., *"120 aziende a Piacenza Expo"*, Libertà, 11 ottobre 2025
- Foti R., *"Amma la santa degli abbracci"*, Libertà, 5 novembre 2025
- Foti R., *"Metal materia: a Piacenza Expo il futuro della metalmeccanica"*, Libertà, 16 ottobre 2025
- Franklin, S. & Watson, P. 2017. *"Macroeconomic Impacts of Trade Shows"*. *Journal of Economic Geography*, 40(2), p. 255-287.
- Graziano P., Rizzi P. 2016, *"Vulnerabilità e resilienza: il caso Piacenza"* in *Piacenza Economica*, n. 4.

- Graziano, P., & Rizzi, P. 2016. "Vulnerability and resilience in the local systems: The case of Italian provinces". *Science of the Total Environment*, 553, 211–222.
- Graziano, P., Rizzi, P., Piva, M., & Barbieri, L. 2019. "A Regional Analysis of Well-Being and Resilience Capacity in Europe". *Scienze Regionali*, 18, 551–574.
- Hamilton, J. & Klempner, C. 2019. "Cost-Benefit Analysis in Trade Show Participation". *Journal of Business Economics*, 33(2), p. 189-214.
- Harrison, F. & Kemp, J. 2021. "Measuring Indirect Economic Impacts of Trade Shows". *Journal of Economic Policy*, 22(4), p. 367-400.
- Jackson, L.S. 2020. "Sustainable Practices in Trade Shows and Exhibitions". *Environmental Management Review*. 45(2), p. 285-303
- Mancini G., "Dalle fiere 63% dell'export, 31 mercati da presidiare per sostenere il made in Italy", *Sole 24 Ore*, 5 giugno 2025
- Mancini G., "Fiere, da Rimini a Bologna grandi lavori nei quartieri", *Sole 24 Ore*, 22 luglio 2025
- Mancini G., "Più energie tra le Fiere per eventi all'estero e manifestazioni diffuse", *Sole 24 Ore*, 11 novembre 2025
- Mancini G., "Le fiere vanno oltre le logiche di campanile e fanno sistema", *Sole 24 Ore*, 27 gennaio 2026
- Mancini G., "Intesa tra Aefi e IT-EX per rafforzare il sistema fieristico nazionale", *Sole 24 Ore*, 27 gennaio 2026
- Mancini G., "Grandi eventi, l'Italia è la terza in Europa e cresce dell'8%", *Sole 24 Ore*, 3 febbraio 2026
- Mancini G., "Fiere strategiche per il Paese: 'Golden Power per tutelarle'", *Sole 24 Ore*, 25 febbraio 2026
- Mancini G. "Fiere, appello al Governo - Timori per gli effetti della guerra", *Sole 24 Ore*, 17 marzo 2026
- Meier, F. & Storm, R. "Success Factors and Strategies in International Trade Shows". *International Marketing Review*. 37(4), p. 639-659, 2020
- Molinari C., "Torna Tomato World a Piacenza Expo", *Libertà*, 15 febbraio 2026
- Piacenz@-Economia, Lavoro e Società, rivista semestrale di Camera di Commercio, Provincia e Università Cattolica di Piacenza, 48 numeri <http://www.piacenzaeconomia.it>
- Prometeia - Aefi. "L'impatto del turismo fieristico in Italia", a cura di Giuseppe Schirone. *Global Exhibitions Day 2023*, Roma, 7 giugno 2023.
- Provincia di Piacenza - Ufficio Statistica, "Report Consuntivo dei Movimenti Turistici nel 2024, 2025".
- PTAV 2024, Piano Territoriale di Area Vasta, Strategia di Piano, Provincia di Piacenza, www.ptavpiacenza.it

PUG 2025, Strategia per la qualità urbana ed ecologico ambientale, Comune di Piacenza

R.I.T., Imprese e Territori, *"Il sistema fieristico consolida i risultati: più metri quadrai venduti"*, Sole 24 Ore, 16 dicembre 2025

Redazione economica, *"Torna Metal Materia"*, Libertà, 7 aprile 2026

Redazione online, *"Cinquemila visitatori professionali da tutto il Paese per Forestalia"*, Libertà, 26 ottobre, 2026

Redazione online, *"La pioggia non ferma la passione, in migliaia alla fiera dei mattoncini"*, Libertà, 15 novembre 2025

Redazione online, *"Quasi 9mila visitatori per Pantheon e i giocattoli vintage"*, Libertà, 26 gennaio 2026

Regione Emilia-Romagna, *Analisi territoriale della domanda turistica - Dati consolidati 2025*, Servizio Statistica, disponibile su:

Rizzi P. 2021, *Il territorio nell'anima. Pensiero strategico e politiche territoriali.* (a cura di), Vita e Pensiero, Milano

Rizzi P. et.al. 2025, *Il sistema economico di Piacenza*, Banca di Piacenza, maggio 2025

Rizzi P., 2014. *"Bilancio sociale 2014 di Piacenza Expo"*, Laboratorio di Economia Locale, Università Cattolica, Piacenza

Rizzi P., Graziano P., Dallara A. 2015, *"The Regional Competitiveness: an Alternative Approach"*. Rivista Internazionale di Scienze Sociali, 3:307-366.

Rizzi, P., Graziano, P. and Dallara, A. 2018 *"A Capacity Approach to Territorial Resilience: the case of European Regions"*, The Annals of Regional Science, 60:285–328.

Schwartz, J. & Tobe, F. 2019. *"The Hybridization of Trade Shows"*. International Journal of Event and Festival Management. 10(1), p. 42-57.

Soffientini P. *"La sfida del nuovo turismo"*, Libertà, 7 aprile 2026

Sullivan, J. & Perez, C. 2021. *"Trade Shows and Long-Term Marketing Goals"*. Journal of Business-to-Business Marketing, 18(1), p. 87-107.

Thomson, L. & Kastellec, J. 2021. *"Evaluating Trade Show Effectiveness through Key Performance Indicators"*. Journal of Marketing Analytics. 29(1), p. 33-52.

Veracini, O. & Hughes, T. 2020. *"Integrating Qualitative Factors in Cost-Benefit Analysis of Trade Shows"*. Journal of Qualitative Research in Economics, 12(1)

Questo documento è scaricabile dal sito
www.piacenzaexpoperilterritorio.it



Piacenza Expo spa
Uffici e quartiere fieristico: Via Tirotti, 11
29122 Piacenza
www.piacenzaexpo.it



