
Indice

Prefazioni	pag.	7
I (<i>Mauro Battocchi</i>)	»	7
II (<i>Domenico Mauriello</i>)	»	9
III (<i>Corrado Arturo Peraboni</i>)	»	10
IV (<i>Giovanni Paparo</i>)	»	11
Introduzione	»	13
 Parte I – Il contesto		
1 L'internazionalizzazione non è (più) un'opzione	»	18
1. Perché internazionalizzarsi oggi:		
più che una strategia, una necessità	»	18
2. Il ruolo dell'export per la competitività delle PMI	»	21
3. Le fiere come punto di accesso ai mercati globali	»	25
 Parte II – Le fiere		
2 Il ruolo delle fiere nell'internazionalizzazione dell'impresa	»	30
1. Origini antiche, sviluppo storico e tipologie fieristiche	»	30
2. Le fiere come leva commerciale, reputazionale e relazionale	»	33
3. La trasformazione degli eventi fieristici post-pandemia	»	37
3 Strategie di partecipazione: come prepararsi, presidiare, capitalizzare	»	45
1. Preparazione pre-fiera: obiettivi, materiali, formazione del team	»	45

2. Gestione durante la fiera: stand, storytelling, interazioni, raccolta contatti	pag. 49
3. Follow-up post fiera: analisi dei risultati, mantenimento dei contatti	» 54
4 Fiere, start-up e open innovation: ecosistemi che evolvono insieme	» 59
1. Fiere come piattaforme di open innovation	» 59
2. Perché le start-up devono credere nelle fiere (e viceversa)	» 63
3. Innovation district e modelli di collaborazione win-win start-up/corporate	» 67

Parte III – Oltre la fiera

5 Oltre la fiera: come costruire continuità e posizionamento internazionale	» 74
1. Identità internazionale dell'impresa	» 74
2. Roadmap export: costruire una strategia fieristica su 3 anni	» 82
3. Il marketing internazionale: costruire un mindset export-driven	» 95
4. Espansione internazionale delle PMI: opportunità, scelta dei mercati e modalità di presenza	» 103
5. Il contratto internazionale: ambito di operatività, lingua, finalità, struttura e contenuto	» 111
6 Gli attori dell'internazionalizzazione: associazioni imprenditoriali, enti, strumenti e opportunità	» 120
1. Il ruolo delle associazioni imprenditoriali nell'internazionalizzazione	» 121
2. Il ruolo dell'Agenzia ICE, SIMEST, SACE, CDP, Regioni e Sistema Camerale	» 124
3. Agenzie/enti internazionali	» 136
4. Come orientarsi tra i canali istituzionali e cogliere le opportunità	» 138
5. Check-list pre-fiera: la preparazione che fa la differenza	» 140
6. Tool digitali, mappe e portali web utili	» 142
Conclusioni	» 145
Ringraziamenti	» 147
Bibliografia	» 149