

Fiere, Ieg «corteggia» Verona e investe 34 milioni su Vicenza

Due anni per rifare l'area più vecchia. Fusioni, Verona alternativa a Bologna

VICENZA Da un lato investimenti di 34 milioni, a cui se ne potrebbero aggiungere altri 16, per rifare in due anni i padiglioni più vecchi a Vicenza. Dall'altro lato un nuovo tentativo di rifarsi sotto con Verona, come via alternativa a Bologna per costruire il secondo polo fieristico italiano, in alternativa a Milano. Lorenzo Cagnoni, presidente e amministratore delegato di Ieg, la spa fieristica che da un anno ha fuso Rimini e Vicenza, si presenta solo, ieri a Rimini, all'incontro d'inizio anno.

Inizia dicendosi soddisfatto dei dati 2017, primo vero anno operativo: ricavi a 129 milioni (124,8 nel 2016) e margine operativo lordo a 23 (+5,5% sul 2016), contro i 123 e i 21,8 del budget, e 8 milioni di utile netto. Poi lancia il piano industriale 2018-'22, approvato dai soci a Natale.

Dovrà progettare Ieg nel 2022 a 200 milioni di ricavi, partendo, come dice Cagnoni, «da un 2018 molto impegnativo», che conferma la quotazione in Borsa in autunno, e ha un budget di previsione con ricavi a 159 milioni di euro e margine operativo lordo a 27. Per altro i primi riscontri sono positivi, a partire da VicenzaOro gennaio, che apre sabato e che, come dice Cagnoni, «supera il budget per ricavi e margini». E il piano industriale? «Le previsioni sono molto sostenute - ammette il presidente - 5-6% di crescita l'anno, in un mercato fieristico nazionale maturo in

cui l'elenco delle chiusure dei quartieri fieristici è lungo e destinato ad ingrossarsi. Ma le previsioni sono costruite sulla base dello sviluppo dei prodotti che abbiamo già in casa». Che a Vicenza ruota intorno all'oro, compreso i 3,5 milioni di ricavi a Dubai, integrato dalle due manifestazioni di Arezzo, su cui partirà a breve la discussione per la definitiva acquisizione.

La vera scommessa è sull'estero, con la società paritetica con gli olandesi di Utrecht per le manifestazioni in Cina, e l'acquisizione di una società di allestimenti a New York. E in Italia gli sviluppi sui servizi comportano la creazione di società proprie sugli allestimenti, la gestione della ristorazione, anche in altri quartieri, e sul digitale: su cui il presidente promette che «a fine piano avremo raggiunto risultati molto competitivi».

Il fronte più visibile riguar-

da però gli investimenti sui quartieri, 80-85 milioni in cinque anni, per Cagnoni sostenibili già senza i fondi che entreranno dalla quotazione in Borsa. Oltre i 50 che saranno impiegati a Rimini, ce ne sono 34 per Vicenza, dopo i 40 degli ultimi anni su padiglione e parcheggio nuovi e sul centro congressi. «L'oro è uno dei fronti centrali del piano industriale, con alimentare, ambiente e turismo - dice Cagnoni - Ma per ingaggiare la competizione internazionale, e sto pensando a Basilea», la manifestazione svizzera con cui Vicenza si gioca il ruolo di riferimento di settore in Europa, «servono spazi e ospitalità più elevati».

Il progetto si traduce in pratica nel cantiere che in due in due anni, a partire da fine 2019, demolirà le parti più vecchie del quartiere, quelle centrali della Chiocciola, per sostituirle con un padiglione

a due piani, ciascuno di 11 mila metri quadrati, che aggiungeranno 4.700 metri quadrati agli attuali 25 mila netti su cui si articola VicenzaOro. Il piano dovrà portare avanti i cantieri salvando le manifestazioni, e quindi riuscendo ad allestire tensostrutture provvisorie, in cui allestire le fiere. «Complicato - sostiene Cagnoni -, ma con la giusta attenzione possiamo farcela». A questo si aggiungono poi altri investimenti opzionali per 16 milioni che il piano non finanzia e che Ieg vuole discutere con i soci pubblici di Vicenza - Comune, Provincia e Camera di commercio -, per cercare compartecipazioni: si punta a rifare esterni ed accessi e a riportare in fiera T-Gold, il salone dedicato alle macchine per l'oreficeria.

E poi c'è il capitolo alleanze, per crescere più rapidamente come polo alternativo a Milano, con cui si può collaborare solo sull'estero, dice Cagnoni. La discussione principale resta con Bologna: «Cerchiamo con tenacia la fattibilità del progetto. Ma siamo uomini di mondo e se non si potrà fare in tempi utili cercheremo altre strade». E si ritorna a Verona, magari anche per mettere pressione a Bologna, visto che intanto gli scaligeri rafforzano l'alleanza con Parma: «Grande quartiere, 80-85 milioni di fatturato, anche se con la redditività...», si lascia sfuggire Cagnoni - Vedremo se Verona sarà disponibile».

Federico Nicoletti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La vicenda



● Il presidente di Ieg, la spa fieristica che ha fuso Rimini con Vicenza, Lorenzo Cagnoni, ha illustrato ieri il piano industriale 2018-'22, che punta a raggiungere i 200 milioni di ricavi.

● Il piano prevede investimenti per 34 milioni di euro sulla fiera di Vicenza per rifare la parte più vecchia dei padiglioni da demolire e ricostruire in due anni, da fine 2019, con altri 16 milioni da discutere in compartecipazione con i soci pubblici



Opzione L'ingresso della Fiera di Vicenza, durante VicenzaOro

Qn reg. mercoledì 17 gennaio 2018

RIMINI LE STRATEGIE DEL PRESIDENTE CAGNONI

Ieg non guarda solo a Bologna «Verona? Possiamo parlare»

■ RIMINI

PUNTA a 200 milioni di fatturato «entro il 2022» con il nuovo piano industriale. In autunno è atteso il debutto in Borsa, «se le condizioni del mercato saranno favorevoli». E nel frattempo Ieg, il gruppo nato dalla fusione delle fiere di Rimini e Vicenza, lancia attraverso il presidente Lorenzo Cagnoni nuovi segnali alla fiera bolognese. Perché «l'integrazione con Bologna è la soluzione più razionale e condivisa, ma – avverte Cagnoni – se non si farà in tempi rapidi, ci sono altre soluzioni». Rimini, ammette Cagnoni, sta già guardando altrove. Il presidente esclude l'integrazione con Milano, «perché è

una fiera che storicamente tenta di accaparrarsi tutto...». E allora Cagnoni, dopo la fusione con Vicenza, guarda ancora una volta al Veneto. «Con Verona, considerando le dimensioni e gli eventi della fiera, se c'è la loro disponibilità se ne può parlare». In questo modo si verrebbe a creare un grande polo riminese-veneto.

Nel frattempo Ieg investirà ancora sulla riqualificazione delle fiere di Rimini e Vicenza, mettendo sul piatto 85 milioni di euro. Per Rimini, in particolare, si sta lavorando a un nuovo grande padiglione (a forma circolare, e ornato da una maxi cupola) di 16mila metri quadrati lordi e un diametro di oltre 130 metri.



La porta d'ingresso della Fiera di Rimini

LE MANOVRE

«Se Bologna non ci sta siamo pronti a maritarci con Verona»

LE NOZZE con Bologna? Forse. Ma per celebrare il matrimonio bisogna essere in due. «Se non avverrà in tempi rapidi - avverte il presidente di Ieg Lorenzo Cagnoni - ci possono essere altre soluzioni». Anzi, a dirla tutta Rimini le sta già vagliando. In Italia e anche all'estero. «Il nostro gruppo sta crescendo molto, ci stiamo avvicinando alla soglia che consideriamo ottimale - è la premessa di Cagnoni - Per raggiungere la soglia in tempi più rapidi è auspicabile l'integrazione con altre fiere. E quella con Bologna resta per noi la soluzione più razionale e condivisa. Se non si fa in tempi rapidi, ci sono altre possibilità». Cagnoni esclude un'integrazione con Milano, «perché è una fiera che storicamente tenta di accaparrarsi tutto». Rimini aspira a diventare la grande rivale di Milano. Per questo «con Verona, considerando le dimensioni e gli eventi, se c'è la loro disponibilità se ne può parlare». Si vorrebbe a creare così un grande polo riminese-veneto. Cagnoni rivela inoltre che ci sono già stati «contatti anche con alcune fiere tedesche». Nel frattempo Ieg ha già creato, insieme alla fiera olandese di Utrecht, una nuova società per muoversi sui mercati asiatici. Le ambizioni di Cagnoni e della fiera guardano ben oltre i confini italiani. Forti anche «dei nostri numeri e del piano industriale». Anche perché, nonostante gli investimenti fatti negli ultimi due anni (solo per ampliare la fiera di Rimini sono stati spesi 21 milioni), «la situazione debitoria è assolutamente sotto controllo: siamo a 50 milioni. E abbiamo distribuito agli azionisti 10 milioni di dividendi nel 2017».

SABATO IL DEBUTTO

Sigep, dolcissimo record: presenti 1.250 imprese

DEVE ancora iniziare, ma ha già fatto il primo record. L'edizione 2018 del Sigep sarà quella che occuperà la maggior superficie espositiva di sempre, grazie all'ampliamento della fiera appena completato: il salone del gelato e della pasticceria si estenderà infatti per tutti i 129mila metri quadrati disponibili. Alla fiera, che si aprirà sabato e andrà avanti fino al 24, sono attesi oltre 160mila visitatori per più di 200mila presenze (d'ora in poi chi entra più di una volta in fiera allo stesso evento viene contato solo una volta). Per limitare i disagi legati al traffico, ci sarà un treno speciale che collegherà la fiera con tutte le stazioni da Cautolica a Santarcangelo, verranno potenziate le navette in città e dagli aeroporti. Durante i cinque giorni della kermesse saranno 900 gli eventi e 32 le gare. Fra queste, occhi puntati sulla nuova edizione della Coppa del mondo di gelateria e sul Campionato mondiale di pasticceria femminile. Il Sigep si conferma una grande vetrina per le aziende del settore: saranno 1.250 quelle presenti.



Cagnoni progetta il 'cupolone' per far più grande la Fiera

Il gruppo punta a 200 milioni di fatturato entro il 2022

IL DEBUTTO in Borsa «in autunno». Un piano industriale che porterà «entro il 2022 il fatturato a 200 milioni». E la realizzazione a Rimini di un nuovo grande padiglione che si estenderà per 16mila metri quadrati. Pensa sempre più in grande Ieg, il gruppo nato dalla fusione delle fiere di Rimini e Vicenza. Perché «il 2017 si è chiuso - premette il presidente e amministratore delegato Lorenzo Cagnoni - con numeri molto positivi. E grazie al nostro piano industriale possiamo arrivare a oltre 200 milioni di volume d'affari nel 2022». Nell'anno appena terminato la fiera ha fatturato 129 milioni, 5,4 in più del previsto, con un margine lordo di 23 milioni. «Per il 2018 puntiamo a 159 milioni di euro», 30 in più dell'anno scorso. Come? «Grazie all'aumento dei ricavi delle fiere più importanti, e ai nuovi eventi che faremo in Cina. Ma un altro ricavo notevole arriverà dalle nuove aziende che abbiamo acquisito (con 11 milioni), che si occupano degli allestimenti fieristici. Ne abbiamo comprata una anche negli Stati Uniti, e solo questa dovrebbe fatturare 16 milioni. Il nostro non è un piano dei sogni,



ma si basa su solide previsioni». Obiettivi ambiziosi che saranno raggiunti «con o senza l'ingresso in Borsa. Che comunque avverrà in autunno se le condizioni del mercato saranno favorevoli».

CAGNONI, che aveva già parlato della necessità di ampliare e riqualificare le fiere, ieri ha annun-

ciato il maxi investimento da 85 milioni che verrà fatto su entrambi i quartieri. Per Vicenza si spenderanno 35 milioni, per Rimini oltre 50. «Qui a Rimini - conferma Cagnoni - realizzeremo un nuovo grande padiglione a forma circolare, con una maxi cupola, di 16mila metri quadrati lordi. Avrà un diametro di oltre 130 metri. Sarà utilizzato dalle fiere più importanti, come Sigep, Rimini wellness ed Ecomondo, ma sarà anche attrezzato per concerti e spettacoli. Sarà un vero auditorium». Come quello che la Fondazione Carim voleva realizzare vicino al Palas, poi finito nel cassetto per le note vicende legate alla banca. «Ci vorranno un anno e mezzo per avere i permessi, e altri due anni almeno per costruirlo - continua Cagnoni - Sarà realizzato in zona ovest, utilizzando una parte dei terreni oggi adibiti a parcheggio e alcune aree vicine che saranno espropriate». Oltre al padiglione saranno ricavati «altri spazi per i parcheggi», per un totale di circa 200mila metri quadrati. Per una fiera sempre più grande, che punta a giocarsela con Milano in Italia e in Europa.

Manuel Spadazzi

IL PIANO DELLA SVOLTA

Grazie ai nuovi eventi e ai ricavi dell'azienda acquisita negli Stati Uniti quest'anno incasseremo 30 milioni in più

Rimini

LA FIERA DELLE MERAVIGLIE PROGETTI DI ESPANSIONE

Concerti e show Cagnoni lancia la mega cupola

Entrerà in piena attività entro il 2022 e avrà un diametro di 135 metri e una capienza da 18mila persone. «Sarà la più grande d'Europa»

RIMINI

MARC LETTA

La butta là, Lorenzo Cagnoni, fra un progetto di integrazione e un ingresso in Borsa: nei prossimi anni la Fiera si espande. Ma non tanto e non solo per diventare un po' più grande, come è già successo recentemente. No. Qua si sta parlando di un nuovo contenitore nell'area Ovest, ampio 16mila metri quadrati al lordo (8mila netti). «La forma la decideremo» anticipa il presidente di Leg. Ma un'idea c'è già. «La possibilità di realizzare una grande cupola, 134 metri diametro, la più grande in Europa».

Per fare che cosa? «Dare sfogo alle esigenze di spazio dell'attività fieristica, Sigep ma non solo, anche Ecomondo e Wellness. Ma pensiamo a una struttura molto grande, 16mila o 18mila posti, per concerti e manifestazioni».

I terreni ci sono? «In parte andiamo a occupare aree interne utilizzate come parcheggi, in parte esterne che saranno sottoposte a espropri o transazioni bonarie: i terreni sono vincolati come aree di servizio alla Fiera. Ai parcheggi, fra Est e Ovest, dedichiamo altri 200mila metri quadrati».

Tempi? «Tutti sanno quanta fatica faccia ad accettare i rituali della burocrazia. Diciamo un anno e mezzo per iter e permessi, poi due anni per costruirlo. Entra in funzione piena nel 2022».

Fa tutto parte del piano quinquennale (2018-2022) approvato da consiglio di amministrazione e assemblea di Leg, alla voce «qualità delle strutture». «Sono previsti investimenti per 85 milioni: 50 a Rimini e 35 a Vicenza».

Apriamo la Borsa

Stabilito che la «cupola» è la novità regalata a sorpresa da Cagnoni, il futuro disegnato ieri mattina dal presidente di Leg, chiama in causa la quotazione in Borsa. «È nei programmi, è confermata. Però i mercati devono consentirlo, adesso è un buon momento, utilizzeremo la prima finestra, in autunno. Le risorse servirebbero ad alleggerire la situazione debitoria e altre opera-

zioni che sono fuori dal piano quinquennale, ma nella mia testa».

Già che ci siamo, l'entità del debito? «Il quartiere fieristico è pagato, abbiamo in carico l'operazione Vicenza, in tutto 50 milioni. Se lo confrontiamo con il margine operativo lordo è perfettamente sostenibile, il giudizio della Borsa è positivo, è un numero neppure «attenzionato»».

Particolare che Cagnoni rimarca subito: le risorse in arrivo eventualmente dalla Borsa sono a parte, non servono a dare ossigeno al piano quinquennale. «I nostri programmi e obiettivi non dipendono da questo, piuttosto riceverebbero implementazioni per operazioni straordinarie».

Sistema regionale

Fra i «tormentoni» periodi a carico della Fiera non c'è solo la Borsa, diciamo che l'integrazione regionale è un altro classico senza tempo. La premessa di Cagnoni in sintesi: la soglia minima per contare qualcosa in un mercato internazionale, il sistema fieristico riminese l'ha quasi raggiunta. «Bisogna però essere veloci, la soluzione ottimale è un'altra

integrazione. La nostra simpatia è per Bologna, tuttavia se non arriva ci possono essere altre strade».

Tutti all'estero

Stabilito che il «mercato italiano è maturo» e ha «poche possibilità di crescita», Cagnoni volge lo sguardo all'estero, una grande possibilità per le società in salute. «Il nostro piano quinquennale indica una traiettoria di crescita di 5-6 per cento all'anno, alla fine il fatturato annuale sarà di 200 milioni».

Come si fa? «Investire risorse importanti per valutare la possibilità di posizionarsi nei mercati mondiali. Il presidente cita mercati emergenti come il Brasile e la Cina. Più gli Stati Uniti. «Nel 2017 abbiamo acquisito una società di allestimenti che a New York è un punto di riferimento per le imprese fieristiche italiane che hanno interessi nel mercato americano. Per noi è una piattaforma per chi vuole operare a New York».

Appare ovvio, qua si tratta di aumentare le entrate. «Non ba-

sta più la vendita dei metri quadrati, dobbiamo qualificarci nel servizio alle imprese, gli allestimenti hanno volumi di affari quasi identici alla vendita degli spazi». Il capitolo è arricchito dalla ristorazione e dalla partita del digitale.

Il presidente Cagnoni ipotizza quindi collaborazioni commerciali in «giro per il mondo», magari con il capoluogo lombardo, per «costruire magari un quartiere in India, però «Milano non ha mai avuto un ruolo di spinta». Ragionamento che vale per Verona. In ogni caso ci sono sempre i tedeschi. «Qualche quartiere fieristico potrebbe essere interessato».

I NUMERI



Un evento in fiera

:: L'ANNO PASSATO

Ecco alcuni dei numeri del bilancio del gruppo Leg. Nel 2017 sono stati distribuiti oltre 10 milioni di euro di dividendi ed è stato realizzato l'ampliamento del quartiere e riminese per 20.000 metri quadrati lordi e una spesa di 21,5 milioni di euro. L'area totale arriva ora a 129.000 metri quadrati lordi.

:: LE FIERE

Ora si parte con il nuovo Piano quinquennale con una traiettoria di crescita ogni anno del 5-6 per cento per arrivare a un volume di affari di 200 milioni di euro.

:: IL QUINQUENNALE

Ora si parte con il nuovo Piano quinquennale con una traiettoria di crescita ogni anno del 5-6 per cento per arrivare a un volume di affari di 200 milioni di euro.



Il presidente di Leg Lorenzo Cagnoni

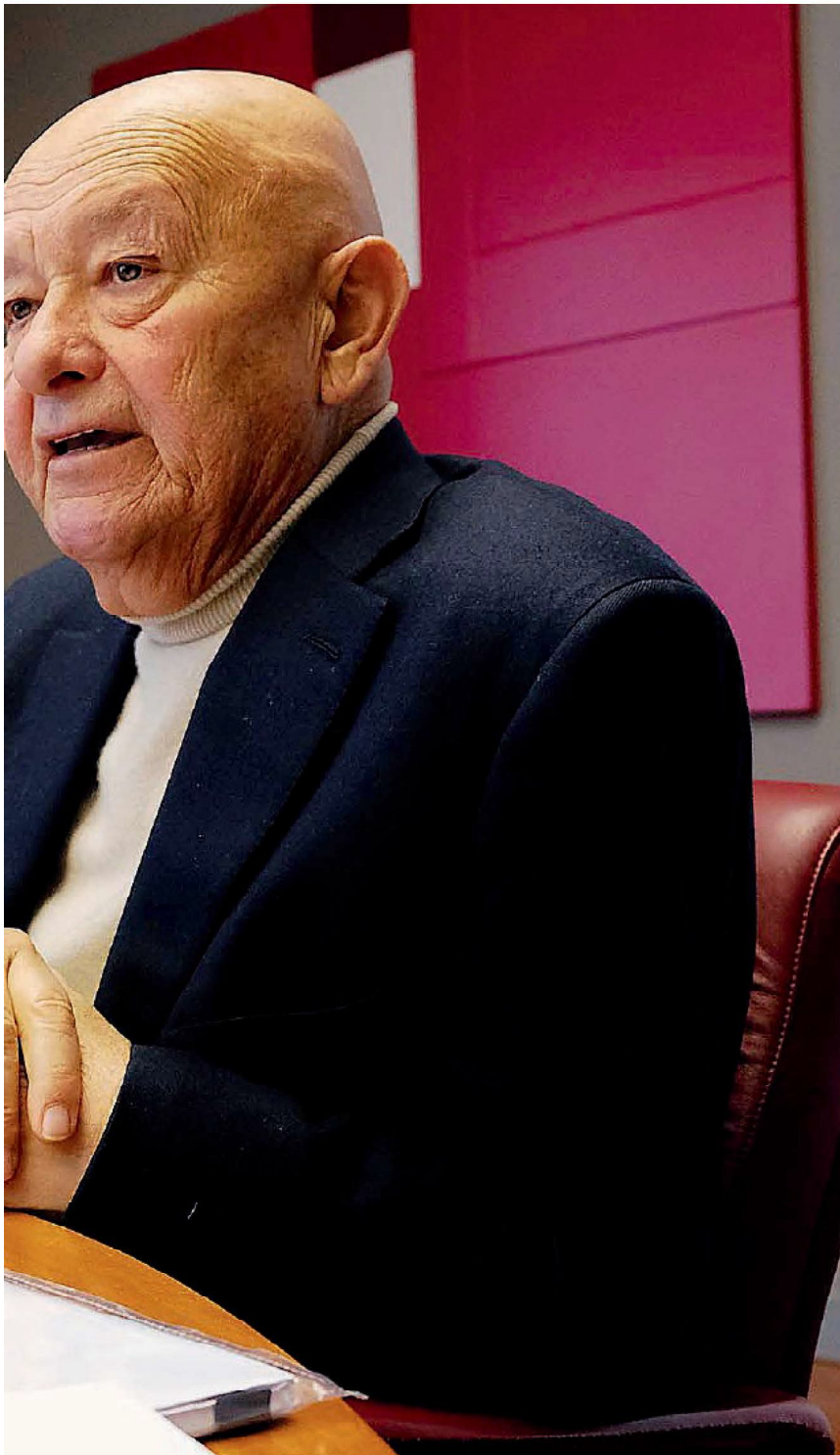
La festa di Marco Simoncelli venerdì al Palacongressi

Flaminio ma al Palacongressi. Sul palco oltre a Sergio Sgrilli, padrone di casa e regista dell'evento, confermano la loro presenza: Giacobazzi, Duilio Pizzocchi, Paolo Migone, Giovanni Cacioppo, Andrea Poltonieri, Martin Finnigan e si attendono sorprese dell'ultimo momento. Sono ancora disponibili bi-

RIMINI

Il Comune e la «Menti pensanti» comunicano che venerdì la settima edizione del Buon Compleanno Sic, la festa di musica e cabaret in onore di Marco Simoncelli, pilota tragicamente scomparso alcuni anni fa, torna a Rimini ma, per motivazioni logistiche, non si terrà al Pala-

Rimini



Sabato parte il Sigep Viabilità alla prova Il Trc come soluzione



La folla per uno degli eventi del Sigep

RIMINI

Venerdì a Vicenza apre "VicenzaOro" e Rimini sabato rilancia con il Sigep. «Fra le due fiere - ha assicurato il presidente della leg, Lorenzo Cagnoni - attendiamo 200mila buyers da tutto il mondo, con 3mila imprese in mostra nei due quartieri». Un "successo" che periodicamente pone e porrà il tema della accessibilità alla Fiera: caos, ingorghi, file, lamentele. Ci sono novità importanti - ha assicurato Cagnoni - che riguardano il Trc, ma non solo. L'itolare della materia è comunque il Comune, le «criticità ci sono, si sta lavorando».

Una questione che oltre alla viabilità coinvolge pure il sistema alberghiero che nei momenti di punta fa sì che la ricerca delle strutture qualitativamente adeguate, distribuisca le persone fino a Riccione, Cattolica, Misano, Bellaria, Santarcangelo. Sono quindi due le questioni: i collegamenti diversi dall'auto e la qualità degli hotel. «Il Comune favorisca investimenti e riqualificazioni».

Ed ecco i conti

L'obiettivo di Cagnoni, ieri mattina, era quello di presentare i conti del 2017 e il piano dal 2018 al 2022. Leg chiude l'anno con un fatturato di 129 milioni (erano 124,8 nel 2016), un risultato operativo lordo di 23 milioni (più 5,5 per cento sul 2016) e un consolidato atteso sopra gli 8 milioni. «Si tratta di dati in crescita anche sul budget 2017 che prevedeva una chiusura dell'anno a 123,6 milioni e un Ebitda di 21,8».

Nel 2017 sono stati distribuiti 10 milioni di dividendi e l'ampliamento del quartiere riminese (20mila metri quadrati e 21,5 milioni investiti) ha portato l'area espositiva a 129mila metri

quadrati. «I dati posizionano Leg - recita una nota - al primo posto per redditività fra le fiere italiane e al secondo per volume di fatturati».

L'anno che verrà

Per il 2018 il budget di Leg prevede 159 milioni di fatturato e oltre 27 di Ebitda. «Molto impegnativo» commenta Cagnoni. «Il nostro piano indica una traiettoria di crescita di 5-6 per cento ogni anno e alla fine del piano il fatturato sarà di 200 milioni. Appare chiara l'importanza sociale e le ricadute sulle attività del nostro territorio, sono

IL BILANCIO DEL COLOSSO

Il fatturato tocca quota 129 milioni di euro nel 2018 si arriverà a 159 milioni
Sono stati distribuiti dividendi per 10 milioni

ricadute e ritorni che si misurano sul prodotto interno lordo e sulla redditività, stiamo parlando di 10-12 euro per ogni euro sviluppato all'interno della Fiera. Per Rimini 800-900 milioni, il 10-12 per cento del prodotto interno lordo provinciale».

Con 60 manifestazioni e 280 congressi ed eventi, nel 2017 Leg ha registrato 15.649 espositori (14.593 nel 2016) e oltre 2,6 milioni di visitatori (2,5 milioni nel 2016).

Cagnoni ha poi confermato il debutto quest'anno della joint venture in Cina per due fiere sul business turistico, l'operatività negli Usa di una società di allestimenti fieristici e l'acquisizione di una quota di Cast Alimenti, la scuola di alta formazione nel settore del food, fondata da maestro Iginio Massari.

glietti online sul sito Vivaticket.it e fisicamente presso la Fondazione Marco Simoncelli a Riccione, e presso il Palacongressi il giorno stesso dell'evento.

Anche quest'anno il manifesto dell'evento è firmato da Aldo Drudi.

Si ricorda che artisti e produzione, prestano i loro servizi gratuitamente e l'incasso andrà a favore della Fondazione Marco Simoncelli.

L'evento è prodotto da Menti Pensanti con il patrocinio del Comune.



La locandina dell'evento dedicato a Marco Simoncelli

Bilancio IEG. 129 milioni di fatturato (+3,4%), arriva nuovo padiglione

www.newsrimini.it/2018/01/bilancio-ieg-129-milioni-di-fatturato-34-arriva-nuovo-padiglione/

January 16, 2018



Numeri positivi quelli del 2017 di **Italian Exhibition Group** che oggi ha presentato alla stampa i dati del bilancio preconsuntivo 2017. Il primo, rileva il presidente **Lorenzo Cagnoni**, che esprime compiutamente il valore dell'integrazione tra Rimini Fiera e Fiera di Vicenza.

I numeri. Il fatturato 2017 si attesta sui 129 milioni di euro, con una crescita del 3,4% sul 2016, mentre l'EBITDA supera i 23 milioni (+5,5%). Il risultato netto consolidato atteso è di oltre 8 milioni di euro. Numeri, superiori a quelli attesi, che posizionano **IEG al primo posto per redditività tra le fiere italiane e al secondo per volume di fatturato.**

Nel 2017 sono stati distribuiti oltre 10 milioni di dividendi e l'ampliamento del quartiere di Rimini (21,5 milioni) ha fatto salire l'area espositiva a 129 mila metri quadrati. A oggi la **situazione debitoria** al 31 dicembre è di 50 milioni di euro. *"Perfettamente sostenibile"*, assicura Cagnoni.

Manifestazioni e presenze. IEG lo scorso anno con 60 manifestazioni e 280 tra congressi ed eventi ha registrato 15.649 espositori e 2.648.675 visitatori. Dati superiori a quelli del 2016

Previsioni. Per il 2018 IEG prevede di raggiungere i 159 milioni di fatturato e oltre 27 di EBITDA.

Nel piano industriale 2018-22 ci sono anche **previsioni di nuovi spazi**, in particolare 50 milioni per un nuovo padiglione lato ovest di almeno 16.000 mq lordi. In parte su area oggi destinata a parcheggi, altra parte tramite espropri o transazioni di aree esterne (ma

comunque a servizio della fiera da piano regolatore). Non saranno tempi brevi per le autorizzazioni: si prevede operatività del padiglione per il 2022. L'idea, allo stato attuale ancora da valutare, è di un altro padiglione circolare con una cupola che possa anche ospitare eventi oltre a costituire superficie espositiva. Altri 34 milioni per riqualificare e ampliare Vicenza (+ 4.700 mq), dove si mira a potenziare il progetto oro per una maggiore competitività internazionale.

Un piano *“Ambizioso e realizzabile – spiega Cagnoni – in perfetta coerenza con la nostra storia. Accelereremo le nostre performances agendo sulla partita del digitale, le aree dei servizi, degli allestimenti, della ristorazione. Ci premono la soddisfazione degli azionisti, la crescita dell'indotto per i territori, ma anche l'assestare le imprese nello sforzo di far ripartire i consumi interni e il loro processo di internazionalizzazione”*.

Video Management, Video Hosting, Video Streaming, Video Platform

Sull'**integrazione regionale**: *“Siamo tenaci sostenitori dell'integrazione con Bologna, anche se non mi piace parlare di holding come fa Bonaccini. Ma se la soluzione non arriva in tempi utili ci possono essere altre strade”* dice Cagnoni. *“Per diventare player internazionale in competizione coi grandi attori mondiali la dimensione da raggiungere prevede che si continui sulla strada delle possibili integrazioni. Abbiamo, come tutti sanno delle preferenze, ma nessuna preclusione, né in Italia, né all'estero”*.

Sulla **quotazione in borsa**, il presidente IEG conferma con l'auspicio di arrivarci in autunno. *“Ma il nostro piano industriale non è vincolato dall'ingresso in borsa”*.

L'internazionalizzazione resta una priorità, soprattutto in un momento in cui i margini di crescita del mercato nazionale sono sempre più ridotti. Nel 2018 debutta la **joint venture in Cina** per due fiere sul business turistico, l'operatività in USA di una società di allestimenti fieristici e l'acquisizione di una quota di CAST Alimenti, scuola di alta formazione nel settore food fondata dal maestro Iginio Massari.

Il Resto del Carlino ed. Santarcangelo mercoledì 17 gennaio 2018

SANTARCANGELO SABATO SI PARTE CON IL SIGEP

«Treni speciali per Rimini a ogni fiera»

«**FINALMENTE** la fiera è più vicina». Massimo Berlini, responsabile di Confesercenti, da anni conduce la battaglia perché i collegamenti fra Santarcangelo e Rimini siano potenziati, specialmente in occasione delle fiere. E per la prima volta quest'anno, in occasione del Sigep, ci sarà un treno speciale che dalla stazione di Santarcangelo porterà direttamente alla fiera. «Un servizio molto importan-

te – osserva Berlini – considerando che tanti partecipanti al Sigep, sia fra gli operatori che fra i visitatori, scelgono di soggiornare proprio a Santarcangelo». Gli orari sono stati comunicati agli hotel e alle strutture ricettive di Santarcangelo, nonché alla Pro Loco. «Pecato che le corse siano ridotte nella giornata di domenica, e il servizio non venga effettuato nei giorni precedenti la fiera. Ma almeno

è un primo passo, che va riproposto anche nelle prossime manifestazioni». Nell'ottica di sfruttare il Sigep anche come una vetrina per promuovere il turismo a Santarcangelo, gli operatori si stanno attrezzando anche per distribuire materiale durante i giorni della fiera. Un'azione di marketing che (così si spera) verrà ripetuta anche in altre occasioni, magari in sintonia con il Comune.



Massimo Berlini, responsabile di Confesercenti a Santarcangelo: da anni chiede il potenziamento dei treni diretti a Rimini