

## Il presidente Ieg, Cagnoni: «L'esempio è il Salone del Mobile» Unica regia per tutte le fiere, traguardo la Cina

Silvia Pieraccini

Le fiere orafe italiane ripartono da una regia unica. È quella di Italian exhibition group, il gruppo fieristico quotato in Borsa (159,7 milioni di fatturato 2018 con un ebitda che sfiora il 20%) che gestisce i quartieri espositivi di Rimini e Vicenza e che ha appena comprato per 4,4 milioni i due saloni aretini OroArezzo e Gold/Italy, di cui era stato organizzatore negli ultimi due anni e mezzo.

Con questa operazione - originale nel panorama italiano - tutte le fiere tricolori dell'oro sono ora nel portafoglio di un unico soggetto, visto che Ieg organizza i tradizionali appuntamenti di Vicenzaoro (in gennaio e in settembre) affiancati dal 2017 da Vod Dubai (in novembre), la fiera araba per operatori e consumatori frutto della joint venture con Dubai World Trade Centre (Dwtc).

Gli effetti dell'acquisizione sono immediati: «Con la regia unica delle fiere orafe - spiega il presidente di Ieg, Lorenzo Cagnoni - evitiamo sul mercato domestico stupide lotte, sovrapposizioni e municipalismi che in passato si sono verificati, e riusciamo a parlare con una voce sola nella competizione internazionale, rappresentando degnamente un Paese che dal punto di vista della produzione orafa e di gioielli ha chance straordinarie da giocare». Anche i competitor esteri, a partire dal salone di Basilea, secondo Cagnoni hanno valutato positivamente questa operazione: «I giudizi sono stati lusinghieri - afferma il presidente - e oggi la considerazione dei nostri eventi nazionali, da quelli vicentini a quelli aretini, è superiore agli anni scorsi: le fiere italiane si stanno qualificando a livello internazionale».

E non è finita. I cinque appuntamenti orafi di Ieg sono pronti a crescere ancora. La prossima tappa espositiva potrebbe essere la Cina, Paese che oggi - attraverso Hong Kong - è tra i primi acquirenti di oreficeria e gioielleria italiana (347 milioni di euro nel primo semestre 2019, +4,8%). Cagnoni è

tornato pochi giorni fa da Shanghai, dove ha visto «il bellissimo esempio del Salone del Mobile di Milano, allestito in un quartiere centrale che si presterebbe bene anche a una fiera orafa». La strategia è già delineata: «Il nostro obiettivo è crescere sotto il profilo internazionale, sia attraendo buyer stranieri che portando aziende italiane all'estero. Il Governo deve riconoscere i passi che stiamo facendo, e ci deve sostenere di più negli sforzi per portare all'estero i nostri produttori», afferma il presidente convinto della necessità di «muoversi in direzioni nuove».

Riguardo ai saloni italiani di Vicenza e Arezzo, invece, Cagnoni non vede rischi di sovrapposizione: «Le due fiere sono diverse - dice - anche se dialogano tra loro. Arezzo è più concentrato sull'oreficeria e parla più al mercato domestico. Vicenza sta puntando alla leadership nel mercato della gioielleria e sta guadagnando posizioni nei confronti del salone di Basilea, con cui deve proseguire una sana e robusta com-

petizione». In ogni caso «esistono spazi di crescita per entrambe le fiere».

La diversità tra i saloni di Vicenza e Arezzo parte dalle dimensioni: Vicenzaoro nell'edizione del gennaio scorso ha ospitato 1.500 marchi per il 40% esteri e contato 34 mila ingressi per il 60% stranieri; Vicenzaoro di settembre ha messo in mostra le collezioni di 1.300 marchi per il 40% esteri e avuto 23 mila ingressi per il 46% stranieri; nell'ultima edizione di OroArezzo, in aprile, hanno esposto più di 500 brand, per il 92% italiani, e si sono avute 15 mila presenze; infine Gold/Italy, salone giovane e di nicchia in calendario in ottobre, ha mostrato la produzione orafa di 200 aziende italiane.

Secondo quanto previsto dall'accordo firmato da Ieg e Arezzo Fiere (che fa capo per il 40% alla Regione Toscana, per il 20% alla Camera di commercio di Arezzo-Siena, per il 12% alla Provincia di Arezzo e per l'11% al Comune), OroArezzo e Gold/Italy rimarranno nella città toscana per i prossimi

30 anni. Ieg aprirà un ufficio distaccato nel polo espositivo di Arezzo Fiere. La società fieristica è stata costretta a vendere le fiere orafe, anticipando l'opzione concessa a Ieg per il 2021, per salvarsi dal dissesto (il bilancio 2018 si è chiuso con ricavi per 2,1 milioni e una perdita di 4,5 milioni). Oltre alle rassegne, Arezzo Fiere ha venduto anche la collezione di gioielli "Oro d'autore" alla Regione Toscana (per 1,6 milioni), che la esporrà nel nascente Museo dell'oro nel centro storico di Arezzo.

Sul fronte Ieg, infine, la "caccia" in Toscana non sembra finita: dopo le fiere orafe aretine, la società riminese è pronta ad allargare il raggio d'azione nella regione: «Siamo aperti a una collaborazione più estesa con il sistema fieristico toscano», ha annunciato nelle settimane scorse Cagnoni. L'interesse è rivolto a Firenze Fiera, che sta trattando l'integrazione con Pitti Immagine. La stagione delle acquisizioni è cominciata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**17-22**

**GENNAIO 2020**

Le date della prossima edizione invernale di Vicenzaoro; a gennaio dell'anno scorso hanno esposto 1.500 marchi, per il 40% esteri, con 34 mila visitatori, per il 60% stranieri