

Alleanza tra Rimini e Colonia per portare all'estero la fiera del gelato Sigep

Gruppo leg

Siglato un accordo quadro per l'organizzazione congiunta di nuove edizioni

Passo avanti nella strategia d'internazionalizzazione della società fieristica

Giovanna Mancini

Dopo lo slittamento da gennaio a metà marzo a causa della nuova ondata della pandemia, il 2022 porta una buona notizia per Sigep, la manifestazione internazionale dedicata alle industrie del gelato e dei dolci artigianali organizzata a Rimini da Italian Exhibition Group (leg).

La società fieristica (che riunisce i quartieri di Rimini e Vicenza) ha infatti siglato un accordo quadro con la Fiera di Colonia (Koelnmesse) per l'organizzazione congiunta di nuove edizioni di Sigep all'estero, sia nei mercati in cui Koelnmesse è già presente con Anuga, una delle più importanti fiere mondiali dell'industria alimentare, sia su nuovi mercati ritenuti strategici per entrambi i player. Sigep apparirà come manifestazione vera e propria, indipendente e con la sua identità, accanto ad Anuga, in un'operazione al 50% tra i due gruppi fieristici che prevede «pari dignità» e visibilità per i due eventi.

«È un accordo importante, su cui stavamo lavorando da tempo – spiega l'amministratore delegato di leg, Corrado Peraboni –. Ci consente di fare un bel passo avanti sul fronte dell'internazionalizzazione anche nel settore del gelato e dei dolci artigianali, in cui la concorrenza internazionale dei grandi gruppi fieristici è molto eleva-



CORRADO PERABONI
Amministratore delegato di Italian Exhibition Group (leg)

ta e perciò eravamo un po' più indietro rispetto agli altri settori che presiediamo, come il wellness, la green economy e la gioielleria-oreficeria». Perciò la strada scelta è stata quella di un'alleanza con la fiera tedesca dell'alimentare, che ogni anno vede la partecipazione, a Colonia, di 1.200 espositori solo dall'Italia.

Si partirà probabilmente nel 2023 con il Brasile e la Cina (dove Anuga è già presente), ma il progetto condiviso è quello di esplorare mercati nuovi per entrambe le fiere, ad esempio gli Stati Uniti e l'area del Golfo.

Il Memorandum di Intesa siglato con Colonia si inserisce nel percorso di espansione all'estero che leg sta perseguendo da tempo e su cui ha deciso di accelerare circa un anno fa, con la nomina di un responsabile per lo sviluppo del business internazionale, Francesco Santa, che ha seguito in prima linea anche quest'ultimo accordo. Una strategia di internazionalizzazione «4X4», come la definisce Peraboni, che prevede lo sviluppo su quattro aree geografiche delle quattro manifestazioni di punta del gruppo, legate ad altrettanti settori industriali: Rimini Wellness, VicenzaOro, Ecomondo e Sigep. La strategia, basata soprattutto su alleanze con grandi player internazionali oppure operatori locali, è a buon punto e l'intesa con Colonia per la proiezione su scala globale anche di Sigep è un passo ulteriore in questa direzione.

La crescita all'estero – attraverso partnership con grandi gruppi internazionali o con fiere locali – è del resto una delle leve di sviluppo su cui da anni stavano investendo tutti i principali

gruppi fieristici italiani (oltre a Rimini-Vicenza, anche Milano, Bologna e Verona) e che la pandemia ha accelerato. «È un percorso inevitabile – conferma Peraboni –. Il mondo delle fiere è stato particolarmente colpito dal Covid e, quando saremo fuori dall'emergenza sanitaria, ci troveremo di fronte a uno scenario radicalmente mutato. In questi due anni, ci siamo attrezzati per prepararci a questa nuova normalità che, ne sono convinto, sarà rappresentata da una "continentalizzazione" del mercato fieristico». In un mondo che ha sperimentato a lungo l'impossibilità o la difficoltà di viaggiare e la possibilità di servirsi di tecnologie digitali per comunicare, «per avere delle manifestazioni forti sarà necessario portare ciascuna di queste manifestazioni nelle aree geografiche strategiche», dice l'amministratore delegato di leg, che annuncia un'ulteriore operazione in arrivo en-

tro l'anno, senza precisare il settore interessato: «Non dire molto, ma guardiamo con grande interesse al mercato nordamericano», spiega.

«La partnership con Colonia rappresenta un importante riconoscimento della leadership di Sigep nel mondo del gelato e dei dolci artigianali – aggiunge Peraboni –. È una grande opportunità anche per le filiere del made in Italy che ci portiamo dietro, dai produttori di macchinari ai fornitori dell'industria dolciaria e del gelato».

«Il nostro forte legame con l'Italia è uno degli asset più importanti per le nostre fiere food e della tecnologia food nel mondo – commenta Gerald Böse, presidente e ad di Koelnmesse –. Insieme a leg, possiamo sviluppare e garantire ulteriori sinergie e l'apertura di nuovi mercati all'interno della nostra rete mondiale Anuga».



Gelati e dolci. L'ultima edizione di Sigep (prima della pandemia), nel gennaio 2020