

Primo piano Focus Fiere

LA SCHEDA

IL SIGEP APRE LE DANZE DELLA NUOVA STAGIONE

Il Sigep (nella foto) dal 12 al 16 marzo fa ripartire la stagione delle fiere. E si riaffacceranno



società, espositori e buyers per Ber&Food attraction dal 27 al 30 marzo. A Vicenza, nel medesimo periodo, aprirà i battenti Vicenzaoro, T-gold e la novità rappresentata da VO'clock privé per gli appassionati di orologi.

RIPARTE LA STAGIONE DELLE ESPOSIZIONI A RIMINI E VICENZA. LA STRATEGIA INTERNAZIONALE DELLA SOCIETÀ

di **Andrea Oliva**

VIA ALLE FIERE, IEG GUARDA LONTANO

CON LA PRIMAVERA riparte la stagione delle grandi fiere di IEG nei padiglioni di Rimini. Ci sarà il Sigep dal 12 al 16 marzo, dopo il rinvio del gennaio scorso. E si riaffacceranno in fiera società, espositori e buyers per Ber&Food attraction dal 27 al 30 marzo. Si torna in presenza e si guarda lontano con le collaborazioni che porteranno il Gruppo IEG, Italia Exhibition Group, in Germania e in Brasile.

Il Sigep aprirà la stagione delle fiere al quartiere fieristico riminese lasciando spazio a fine marzo all'evento che celebra birra e cibo. Ma IEG è attiva anche a Vicenza che nel medesimo periodo (17-21 marzo) vedrà realizzarsi Vicenzaoro, T-gold e la novità rappresentata da VO'clock privé per gli appassionati di orologi. Questo sarà solo il principio visto che la primavera delle fiere proseguirà a Rimini con MIR Tech (27-29 marzo), Enada Primavera (30 marzo, 1 aprile), BBTech Expo e International Horeca Meeting (27-30 aprile). Allo stesso tempo IEG guarda all'estero. Già siglato

IL PRESIDENTE
LORENZO
CAGNONI

«Le aziende tornano con fiducia in fiera sanno che sono luoghi sicuri e, soprattutto, riconoscono fondamentale la presenza alle nostre manifestazioni per rilanciare il loro business»

l'accordo con la fiera tedesca Koelnmesse, per affiancare Sigep nei foodshow di Anuga in tutto il mondo. Dall'altra parte dell'Atlantico, invece, è nata IEG Brasil, che ha già acquisito la Brazilian Trading Fitness Fair, fiera leader del settore del wellness.

«Le aziende tornano con fiducia in fiera - sottolinea il presidente di IEG Lorenzo Cagnoni (a destra in alto) - sanno che sono luoghi sicuri e, soprattutto, riconoscono fondamentale la presenza alle nostre manifestazioni per rilanciare il loro business e riavviare i motori dell'export. I grandi distretti industriali del made in Italy necessitano di un interlocutore come IEG per crescere e avvicinare nuovi mercati». Lo stop imposto dalla pandemia ha fermato solo in apparenza le attività di IEG. «All'inattività forzata di questi mesi - ricorda il Ceo di IEG Corrado Peraboni (a destra, sotto) - abbiamo risposto accelerando fin dal 2020 progetti di espansione su nuovi mercati in partnership con organizzatori leader a livello mondiale. L'obiettivo è di rafforzare i nostri prodotti di punta, consolidare la presenza in mercati strategici e, contestualmente, richiamare i top buyers internazionali alle nostre fiere italiane».

In ottica internazionale è anche recente la nomina di Tommaso Cancellara a general manager di IEG USA, società che il gruppo fieristico e congressuale detiene al 100% e strumento operativo per nuove iniziative di sviluppo e business in Nord America. Un mercato, quello espositivo nordamericano, che pre-pandemia valeva 15,58 miliardi di dollari. IEG USA detiene FB International, con due sedi operative ad Oakland, in New Jersey, in grado di coprire tutta la costa Est, dal Canada fino a Miami, e a Las Vegas, in Nevada e per l'intera costa Ovest degli Stati Uniti. Inoltre, nei giorni scorsi è arrivato l'annuncio della nuova IBE Intermobility and Bus Expo, la fiera biennale dedicata al trasporto collettivo di persone, che guarda alla mobilità sostenibile del futuro a Rimini dal 12 al 14 ottobre in contemporanea al TTG Travel Experience 22, il marketplace del turismo in Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'AD CORRADO PERABONI

«All'inattività forzata di questi mesi abbiamo risposto con progetti di espansione su nuovi mercati in partnership con organizzatori a livello mondiale»

L'AD DI FIERE DI PARMA, ANTONIO CELLIE: PUNTIAMO SUL MECCANO-ALIMENTARE

«IL SISTEMA PARMA-MILANO È UN MODELLO»

IL SISTEMA FIERISTICO esce, paradossalmente, rafforzato dal Covid e noi non facciamo eccezione. Crediamo nelle alleanze industriali tra quartieri fieristici per valorizzare le competenze organizzative. La proposta elaborata da management e advisor di Parma e Milano va esattamente in questa direzione e potrebbe diventare un modello anche per altri». Parola di Antonio Cellie (foto), ad di Fiere di Parma e uno degli artefici di questo piccolo fenomeno emiliano.

Come avete assorbito l'urto della pandemia?
«È il frutto di un'azione sistemica tra il Governo, intervenuto con ristori tempestivi (attraverso Si-

LA FORZA
DEL DIGITALE

«Le controllate digital hanno tenuto in vita la community mondiale nonostante il virus»

UNA NUOVA
ROTTA

«Il dossier Parma e Milano è rilevante per il settore perché potrebbe tracciare una nuova rotta»



mest), il supporto strategico, grazie ad Ita/Ice, e l'Aefi. Per Parma: essenziali la diversificazione digitale iniziata 4 anni fa e il grande impianto fotovoltaico che da 10 anni ci permette di generare valore economico e ambientale. Si tratta di un impianto da 7,3 MW, totalmente progettato e gestito in house dalla nostra direzione tecnica. Ci ha permesso di abbattere i costi, ma ci ha anche trasformato in produttori di energia pulita, la cui necessità mai come ora appare inderogabile».

Un ruolo essenziale le controllate digital.
«Si rappresentano uno strumento preziosissimo. Penso ad esempio la Bolognese AntoAntico.com - acquisita nel 2018 - e il suo spin off Mercanteinfiera.com: grazie alle vetrine on line permanenti offerte ai nostri espositori - ma non solo - abbia-

mo tenuto in vita la nostra community mondiale di operatori e collezionisti nonostante il virus ci abbia costretto a cancellare 2 edizioni di Mercante in Fiera».

Parliamo del bilancio.

«Chiusiamo il 2021 avendo azzerato l'indebitamento - pur avendo investito 110 milioni di Euro negli ultimi 12 anni - e 5,5 milioni di Utile prima delle imposte. Nel 2022 prevediamo di tornare già ai livelli di redditività pre-Covid ovvero circa 9 milioni di Ebitda».

Quali sono le nuove sfide per il futuro?

«Intendiamo puntare sull'ulteriore sviluppo del meccano-alimentare, penso ad esempio a Cibus Tec per cui siamo già sold-out per l'edizione 2023. Questo grazie al connubio tra l'esperienza «in Fiera e in Filiera»: offrendo agli operatori l'opportunità di vedere di persona il prodotto finito, la tecnologia che lo realizza e il territorio da cui proviene ed è ispirato».

L'alleanza con Fiere di Milano: a che punto siamo e cosa rappresenta per il mondo del food e il settore fieristico?

«Stiamo proseguendo, a tutti i livelli, nell'analisi di un dossier che non è rilevante solo per Parma e Milano ma per il settore perché potrebbe tracciare una nuova rotta».

Chiara Pozzati

© RIPRODUZIONE RISERVATA