

Fiere, Vicenza e Rimini tornano a produrre utili Balzo in America

Italian Exhibition Group

Nel primo trimestre 2022 balzano i ricavi e il gruppo ritrova un piccolo profitto

Corrado Peraboni: vedremo in Europa una crescita di fiere macroregionali

Giovanna Mancini

Nonostante le difficoltà di inizio anno, con il rinvio a marzo di due tra le più importanti manifestazioni della sua scuderia (VicenzaOro e Sigep), Italian Exhibition Group chiude il primo trimestre con un ritorno all'utile (2,2 milioni di euro, contro la perdita di 11,2 milioni dei primi tre mesi 2021) e ricavi a 38 milioni, contro i 2,5 del primo trimestre 2021. «Lo spostamento di due mesi di queste manifestazioni ci ha un po' penalizzati, in particolare Sigep, che ha una forte stagionalità – spiega Corrado Peraboni, amministratore delegato del gruppo fieristico che comprende i quartieri di Rimini e Vicenza –. Ma la soddisfazione è stata tornare a vedere, dopo due anni, il segno positivo alla fine della tabella dei risultati». Un segnale importante che dà fiducia, unito al buon andamento delle vendite per le manifestazioni di ottobre. «La speranza è che nel 2023 si possa tornare

accordi per il comparto oreficeria e gioielli e entro un anno contiamo di completare il progetto», dice Peraboni. Qualche settimana fa, inoltre, leg ha chiuso un accordo in Cina per acquisire il 100% di una società posseduta finora al 50%. «Ci prepariamo per quando il Paese riaprirà finalmente dopo la pandemia – aggiunge l'ad –. Ma intanto stiamo investendo anche per riposizionarci in Europa e America».

Una scelta in linea con le prospettive del settore fieristico evidenziate dall'assemblea di Emeca (l'associazione che riunisce i principali quartieri europei), che si è tenuta la scorsa settimana proprio a Rimini. «Stiamo focalizzando le nostre linee di sviluppo sui mercati occidentali, dagli Stati Uniti al Messico, dove operiamo con una joint venture in partnership con Deutsche Messe, al Brasile, dove dallo scorso gennaio operiamo attraverso una nostra controllata», conferma Peraboni. Che parla anche di un «rinnovato interesse per l'Europa, mercato maturo ma stabile», da parte di leg e più in generale degli operatori fieristici.

Lo dimostra la prima manifestazione organizzata dalla Fiera di Norimberga nel quartiere di Vicenza, Focus on PCB, dedicata al settore dei circuiti stampati, tenutasi mercoledì e giovedì scorsi. E lo conferma la scelta della stessa leg di investire su un nuovo evento in Italia, il Green Med Symposium che si terrà a Napoli dall'8 al 10 giugno prossimi, organizzata assieme a Ricicla.tv e Conai, Ispra e Regione Campania. «Abbiamo individuato Napoli come sede ideale per ospitare questa manifestazione dedicata alla transizione ecologica e digitale nell'area Sud del Mediterraneo», spiega Peraboni. Nato nel 2019, il Green Med Symposium si è svolto per la prima volta in piena pandemia, in formato digitale. Questa seconda edizione fa parte di una sorta di «road map» di avvicinamento alla 25esima edizione di Ecomondo (a Rimini dall'8 all'11 novembre prossimi), che vedrà anche un appuntamento oltreoceano, Ecomondo Mexico (a León) dal 12 al 14 luglio. La logica è quella di «guardare lontano, ma presidiare anche i mercati regionali».

«L'obiettivo è essere dei provider di servizi e di marketing per le aziende – dice ancora Peraboni –. Nei prossimi anni, l'intelligenza degli organizzatori, oltre a essere bravi a fare fiere e internazionalizzarsi, sarà anche quella di coprire le esigenze dei mercati locali, che saranno un'importante fonte di ricavi aggiuntivi. Le fiere tedesche condividono con noi questa convinzione e credo perciò che nei prossimi anni si vedrà in Europa una crescita di fiere macroregionali».



CORRADO PERABONI
Amministratore delegato di Italian Exhibition Group

quasi ai livelli pre-Covid come gruppo», dice Peraboni.

La ripresa arriva, tuttavia, in un contesto internazionale completamente mutato: prima la pandemia e ora la guerra stanno spingendo il mercato verso quella che Peraboni ha più volte definito una «continentalizzazione delle fiere». Da qui la necessità di presidiare ciascun mercato con eventi propri, organizzati direttamente o in partnership con operatori locali. Va in questa direzione la strategia «4X4» avviata da leg due anni fa, con la sigla di accordi e l'apertura di fiere in quattro aree (Europa, America, Medio Oriente ed Estremo Oriente) per ognuno dei settori industriali in cui Rimini e Vicenza sono ben posizionate (oro e gioielli, industria dolciaria, green economy e fitness). «Su questa strategia siamo più avanti delle previsioni: a breve annunceremo nuovi

© RIPRODURRE RISERVATA