12-LUG-2022
da pag. 21-23 foglio 1

Sole 24 Ore Rapporti

Settimanale - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 694000 (0006901)

DATA STAMPA
www.datastampa.it

L'accordo con Deutsche Messe

Piano di Ieg (Rimini-Vicenza) per crescere sul mercato Usa —p. 23

Piano di Ieg per crescere sul mercato americano

Rimini-Vicenza. Accordo con Deutsche Messe (Hannover) per rilevare il 50% delle società controllate dalla fiera tedesca in Messico, Canada e Stati Uniti

Siglata intesa anche con gli altri tedeschi di Koelnmesse, per portare in mercati strategici il Salone del gelato Sigep

Ilaria Vesentini

Il conflitto in Ucraina e l'ondata di de-globalizzazione non ha colto impreparato IEG-Italia Exhibition Group, che già durante la pandemia aveva rivisto il piano strategico alla luce della «continentalizzazione dei processi di business, che pensiamo sarà un driver permanente dei prossimi anni, con un accorciamento del raggio di azione delle fiere e la necessità di andare a operare direttamente sui mercati overseas di interesse per i buyer», spiega Corrado Peraboni, Ad del polo nato nel 2016 dall'aggregazione degli expo di Rimini e Vicenza.

Già dal quarto trimestre 2021 le attività sono tornate alla piena operatività, con una redditività positiva, anche se non ancora con gli stessi numeri di visitatori del periodo pre-Covid. «Gli avvenimenti geopolitici degli ultimi mesi – precisa Peraboni - stanno rafforzando la direzione già intrapresa non solo da IEG ma dalla gran parte degli operatori occidentali. Sono reduce dal Global Ceo Summit di Ufi, l'associazione internazionale dell'industria fieristica, e i colleghi mi hanno confermato la volontà di geoclonare le manifestazioni, con una grande attenzione agli Stati Uniti e a mercati che fino alla pandemia consideravamo maturi e ora tornano a esser buone opportunità.

Come Singapore, per presidiare l'Asia in attesa di capire se e quando la Cina tornerà protagonista del settore».

Geoclonazione si è tradotto per IEG in partnership per allargare le spalle e la potenza di fuoco di investimenti globali, come quella annunciata pochi giorni fa con Deutsche Messe (Hannover): un memorandum of understanding con cui IEG rileverà il 50% delle quote societarie del player fieristico tedesco in Canada, Usa e Messico (dove già i due partner co-organizzano la versione locale degli eventi riminesi Riminiwellness, battezzato MACS-Mexico Active & sport expo, e di Ecomondo). A inizio anno era stata invece la volta di una intesa con l'altro grande gruppo tedesco Koelnmesse, che organizza l'evento leader del food&beverage Anuga, per portare insieme in mercati strategici il Salone del gelato Sigep.

Negli Usa IEG possiede anche una grossa società di allestimenti (uno dei nove operatori autorizzati a operare nel quartiere fieristico di New York) e ora può contare sull'esperienza del nuovo country manager, l'ex Ad di Micam, Tommaso Cancellara, «cui abbiamo affidato il compito di avviare l'organizzazione diretta di fiere nel mercato americano, il calendario 2023 sarà annunciato a breve», precisa Peraboni.

E sempre sul fronte allestimenti, entro fine mese si dovrebbe completare l'operazione con Eurostands, player internazionale della famiglia Riva in concordato preventivo (100 dipendenti tra Cambiago, Londra, Hong King e Shanghai) per il quale IEG ha sottoscritto lo scorso maggio una manifestazione di interesse a entrare nel capitale.

Tra le partite in sospeso c'è pure la fusione con BolognaFiere, su cui la Regione Emilia-Romagna non molla la presa: «Resta un progetto interessante, ma per ora ritenuto non percorribile e quindi per noi accantonato, se si tornerà a parlarne ben venga, ma non è tema di attualità», taglia corto Peraboni.

Che dopo aver chiuso un primo trimestre ottimo rispetto al disastroso inizio 2021 (38 milioni di ricavi contro 2,5) ma non rispetto agli anni d'oro del Sigep (penalizzato per lo slittamento di calendario da gennaio a marzo), si aspetta un 2022, «ancora di penitenza, perché le prenotazioni per il secondo semestre non sono tali da permetterci di tornare ai risultati pre-Covid (179 milioni di euro di fatturato, *ndr*) quest'anno, ma chiuderemo con dicembre il capitolo di sofferenza iniziato nel 2020».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

424

LE FIERE ORGANIZZATE IN ITALIA

Nel 2019, ultimo anno prima del Covid, il numero di eventi fieristici internazionali e nazionali ospitati in Italia era risultato pari a 424

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1878 - T.1615