

Ieg più forte in Asia con tre saloni nel food

Rimini-Vicenza. Manifestazioni in contemporanea a Singapore a fine giugno
L'ad Peraboni: entro il 2028 il gruppo entrerà in due nuove aree di business

Ilaria Vesentini

Archiviato il bilancio, per la prima volta oltre la soglia dei 200 milioni di euro di fatturato e inaugurato il nuovo anno con edizioni record sia del 70° salone Vicenza Oro – la più longeva manifestazione al mondo di oreficeria e gioielleria – sia del 45esimo Sigep – il Dolce world expo di Rimini – Ieg si prepara ora al «secondo capitolo della sua storia».

Per Corrado Peraboni, amministratore delegato di Italian Exhibition Group, la società nata nel 2016 dall'integrazione tra le fiere di Rimini e Vicenza, quotata dal 2019 a Euro-next Milano, sono infatti maturi i tempi per far fiorire quanto seminato dopo la dura esperienza del Covid.

«Il preconsuntivo 2023 – spiega l'ad – si chiude con marginalità importanti (49 milioni di Ebitda, ndr) e un fatturato di 211 milioni, ben oltre i 181 fissati nel piano strategico 2022-2027, che già pareva ottimistico ai più e ci riporta decisamente sopra i livelli del 2019, chiuso con 179 milioni di fatturato. Dopo un percorso di acquisizioni e sbarchi all'estero mettiamo un punto e a capo. Fin qui abbiamo infatti gettato le fondamenta di una nuova dimensione internazionale, adesso dobbiamo svilupparla riempiendola di valore, sfruttando appieno le piattaforme di proprietà, mettendo a rete le nostre strutture,

facendo cross selling con i nostri espositori». Ultima operazione in ordine di tempo è quella annunciata lo scorso 9 gennaio con cui Ieg, attraverso la controllata in Asia fondata lo scorso marzo, ha rilevato il tris di fiere Speciality Food & Drinks Asia, Speciality Coffee & Tea Asia e Food2Go dal player locale Montgomery Asia: saloni che rafforzeranno il posizionamento della società romagnola nel settore food&beverage sui mercati strategici del Sud-Est asiatico, a partire da Singapore, dove i tre eventi si svolgeranno in contemporanea al debutto di Sigep Asia, dal 26 al 28 giugno prossimo.

«Non sono in programma sbarchi in nuovi Paesi», avverte Peraboni, dopo un 2022 e un 2023 di forte sviluppo sul mercato fieristico sudamericano, con tre acquisizioni in Brasile e il rafforzamento dei saloni in Messico. «La parte più divertente è finita, ora dobbiamo iniziare a navigare nel mare aperto e tempestoso della concorrenza internazionale – avverte l'ad – e non sarà facile perché abbiamo l'obiettivo di portare la quota di export alla doppia cifra e di distribuire dividendi. Siamo i primi in Italia per organizzazione di fiere ma siamo piccoli, il numero uno al mondo è un transatlantico con 10 volte il nostro fatturato eppure controlla appena l'8% del mercato fieristico».

Il piano strategico 2022-2027 che ha messo al centro il ruolo di "Com-

munity catalyst" della società puntando sulle quattro specializzazioni fieristiche di Ieg (food&beverage, jewellery&fashion, green&tech, tourism&wellness) e il presidio di quattro continenti per raggiungere il target dei 267 milioni di fatturato è ormai computo, tanto da essere già stato aggiornato con un nuovo piano appena approvato «che traguarderà il 2028, un periodo in cui lavoreremo per entrare in due nuovi settori di specializzazione, stiamo già studiando dei dossier», anticipa Peraboni. Il passo da mantenere è alto, la crescita media annua da qui al 2028 dovrà attestarsi al 9% per i ricavi e al 13% per la marginalità (Ebitda), anche per sostenere la corposa scaletta di investimenti. Dei 172 milioni di euro programmati, la fetta più consistente (127 milioni) sarà messa a terra per l'espansione e riqualificazione dei due quartieri. Stanno partendo in questi giorni i cantieri a Vicenza, 60 milioni di euro di interventi per aumentare del 20% gli spazi entro il 2026. Poi sarà la volta di Rimini, dove è prevista l'aggiunta di un nuovo mega-padiglione con una cupola alta 44 metri per dare ossigeno alla crescita di Sigep, Ecomondo e Ttg e per eventi sportivi, musicali e televisivi, «ma l'allargamento sarà pronto per metà del 2028, solo allora potremo davvero esprimere tutta la nostra potenza di fuoco», conclude il manager.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

3.700

I NUMERI DEL SETTORE

Il settore fieristico italiano conta 190 imprese con 3.700 addetti ed esprime un valore di 1,4 miliardi di euro l'anno (fonte Aefi)



Superficie 19 %