

IEG PASSAGGIO IN INDIA (PER CRESCERE)

Italian Exhibition Group vuole aumentare la propria quota estera dal 15 al 25%: pronto un M&A per aprire il fronte asiatico. Ricavi previsti oltre quota 260 milioni di euro. Il ceo Peraboni: «Dal 2026 una nuova manifestazione all'anno»

«Consolideremo le piattaforme dove siamo già forti: Dubai, Brasile e Stati Uniti. Restiamo aperti a valutare aggregazioni»

di ANDREA SALVADORI

Italian Exhibition Group si avvia a chiudere il 2025 con risultati economici migliori del previsto e le basi già gettate per una nuova fase di sviluppo.

A spiegarlo è l'amministratore delegato Corrado Peraboni, che anticipa contenuti e diretrici del nuovo piano industriale al 2030, tra rafforzamento del portafoglio fieristico, investimenti infrastrutturali, digitalizzazione dei processi e internazionalizzazione. «Chiuderemo l'anno sopra i 260 milioni di euro di fatturato, con un Ebitda di 70 milioni e un margine del 27% — dice il ceo —. Numeri importanti malgrado il 2025 sia un anno dispari, quindi con un numero inferiore di eventi. Guardando al 2026, con il ritorno delle biennali e le acquisizioni effettuate nel corso dell'anno, Ieg partirà con una base di fatturato superiore di circa 15 milioni di euro».

Tra le manifestazioni entrate nel portafoglio del gruppo figurano, tra le altre, Fesqua, fiera di riferimento in America Latina per il settore dei serramenti e dell'involucro edilizio, e Venditalia, storica manifestazione del vending che sarà organizzata per la prima volta da Ieg nel maggio del 2026. Il gruppo conferma la propria strategia di focalizzazione sulle fiere proprietarie: accanto alle acquisizioni, ha in programma un ambizioso piano di lancio di nuovi format. «Nel nuovo piano industriale, che presenteremo a febbraio, abbiamo previsto l'avvio di una nuova fiera all'anno — spiega Peraboni —. A settembre 2026 inaugureremo Bex-Beyond Exploration Expo, la nostra prima iniziativa dedicata alla

space economy: un evento pensato per raccontare la contaminazione tra le tecnologie spaziali e le applicazioni terrestri».

Digitale e geografie

Un capitolo centrale del nuovo piano riguarda il digitale, su cui il gruppo ha investito circa 6 milioni di euro in questa area dal 2020 in poi. «Accantonata definitivamente l'idea delle fiere virtuali, l'attenzione del mercato fieristico si è spostata sull'innovazione dei processi organizzativi — dice il ceo —. I servizi digitali, grazie ai quali già oggi fatturiamo circa due milioni di euro, dal 2026 vedranno una crescita molto importante con l'obiettivo di liberare risorse da destinare ad attività a più alto valore aggiunto: la digitalizzazione sarà pienamente integrata nei nostri processi, con benefici concreti in termini di customer experience, efficienza e sostenibilità».

A settembre 2026 debutterà inoltre il nuovo padiglione fieristico di Vicenza, il primo dei due grandi investimenti infrastrutturali del gruppo. «L'apertura del nuovo spazio consentirà di ridurre in modo significativo la lista d'attesa per manifestazioni come Vicenzaoro — racconta Peraboni —. Per quanto riguarda Rimini, nel 2027 dovrebbero partire i lavori, con l'obiettivo di poter disporre del nuovo padiglione entro la fine del 2029».

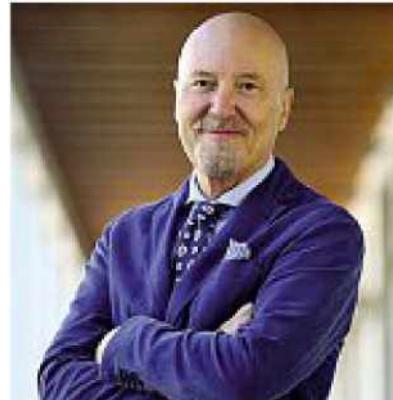
Sul fronte geografico, Ieg punta a rafforzare ulteriormente la presenza internazionale, potendo contare sulla partnership con il colosso britannico Informa. Oggi oltre il 15% dei ricavi proviene dall'estero, l'asticella è vicina al 25% entro la fine del piano. «Continueremo a consolidare le piattaforme dove siamo già forti, come Dubai, Brasile e Stati Uniti — spiega il ceo —. Il grande nuovo fronte sarà l'India, dove prevediamo un'operazione di M&A per avviare una nostra presenza commerciale diretta. È un merca-

to strategico e interessante, perché ci permetterà sia di attrarre nuovi espositori e portarli alle nostre fiere italiane, sia di intercettare buyer qualificati».

Quanto alle operazioni di aggregazione, «l'approccio resta necessariamente selettivo — aggiunge Peraboni —. All'estero siamo aperti a operazioni anche di capitale, mentre in Italia non vediamo al momento spazio per fusioni tra quartieri fieristici, difficilmente realizzabili per ragioni territoriali e istituzionali».

Il sistema fieristico italiano «è frammentato e fragile, in uno scenario che vede le multinazionali entrare nel mercato. Il rafforzamento può passare da collaborazioni tra associazioni di categoria e operatori fieristici, costruite su singole manifestazioni o filiere industriali, come abbiamo fatto quest'anno con Fiera Milano, rilevando insieme, con una quota paritetica, il 70% di Emac, organizzatore di Milano AutoClassica e Vicenza Classic Car Show», conclude Peraboni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Eventi Corrado Peraboni, amministratore delegato di Italian Exhibition Group

