

«La Fiera seconda spiaggia di Rimini. È strategica l'alleanza con Bologna»

L'importanza delle presenze: «Il mondo dell'impresa ha imparato che il business B2B non si può fare in digitale, la speranza è che venga abbandonata l'idea della rassegna virtuale»

Corrado Peraboni,
amministratore
delegato della Ieg



Eventi da grandi numeri

RIMINI

Centinaia di migliaia di persone ogni anno. È questo ciò che la presenza della fiera e dei suoi eventi porta ogni anno a Rimini. Un flusso enorme di persone, specialmente nel corso dei tre eventi principali dell'anno, che insieme cubano quasi 600mila presenze all'anno (o almeno questi erano i numeri pre-pandemia, che il gruppo Ieg conta e spera di tornare a raggiungere quanto prima). Partiamo dal Sigep, la fiera del dolce che nel 2019 ha chiuso a quota 200mila presenze. Ancora maggiori sono i numeri di Rimini Wellness, a cui partecipano 270mila visitatori all'anno e oltre 400 aziende. Nel 2019 in totale erano state erogate 1.500 ore di lezioni e 2mila sessioni di allenamento che hanno registrato il tutto esaurito. 120mila sono invece le presenze che riesce a generare in media l'esposizione dedicata alla green economy Ecomondo. A questi si aggiungono i 35mila visitatori che a gennaio dell'anno scorso ha generato la grande Fiera dell'Oro di Vicenza (record assoluto).

Alla guida delle due realtà fieristiche si trova la quotata Italian exhibition group (Ieg), che nel 2019 ha chiuso il bilancio con ricavi totali consolidati pari a 178,6 milioni di euro e un utile netto di 12,6 milioni. In totale nel 2019 la Ieg ha totalizzato 48 fiere organizzate o ospitate e 190 eventi congressuali.

RIMINI

ALESSANDRO CICOGNANI

Lo hanno chiamato "Quattro per quattro business" ed è il progetto con il quale puntano a valorizzare – e adesso anche rilanciare – il comparto fieristico di Rimini e Vicenza. I vertici della Ieg (società che gestisce le due fiere) lo hanno avviato nel 2019 con l'obiettivo di internazionalizzare le quattro manifestazioni principali del loro pacchetto, replicandole ognuna in tre città in giro per il mondo. Lo hanno fatto con Rimini wellness, ora presente anche a Dubai e in Messico, con Ecomondo e con la grande manifestazione legata all'oro. Ora tocca al Sigep, anche se la meta di destinazione rimane ancora un segreto, che dovrebbe però essere svelato entro la fine dell'anno. A tracciare i contorni di passato, presente e futuro della fiera di Rimini e Vicenza ci pensa Corrado Peraboni, amministratore delegato della Ieg.

Tutti gli studi e le ricerche effettuate dimostrano una cosa di questo complicato anno e mezzo: l'accelerata all'uso degli strumenti a distanza in settori fino ad oggi impensabili. Pensiamo alla scuola, al lavoro e a parte della cultura. Il mondo delle fiere ci ha provato, ma con quali risultati? Cosa avete imparato?

«Vedendo i risultati delle ultime fiere, che hanno mostrato una presenza cospicua di presenze, direi che sia noi che il mondo dell'impresa ha imparato una cosa, ossia che il business B2B non si può fare in digitale. La speranza è quindi che venga abbandonata l'idea della fiera virtuale e la ripartenza che stiamo vivendo in questo periodo mi sembra andare proprio in questa direzione».

Non volendo soffermarsi troppo sul punto, una domanda è però d'obbligo: come avete affrontato questa crisi?

«Chiaramente non è stato facile, ma nonostante il devastante anno e mezzo, come gruppo siamo stati quelli che hanno perso di meno, facendo registrare il miglior fatturato in Italia per il settore. E ci siamo riusciti cogliendo ogni piccola finestrella che è stata aperta nei mesi e, va detto, grazie al Sigep e alla fiera dell'oro che, nel 2020, sono state fatte a gennaio e febbraio, quando ancora non era stato

chiuso nulla».

Un anno e mezzo che, immagino, abbiate utilizzato anche per fare progettazione...

«Non c'è dubbio. Anzi, posso dire che la progettazione è stata al centro delle nostre discussioni in questo periodo e ora siamo pronti a portare avanti i nostri progetti».

Quali, ad esempio?

«Abbiamo posto dei tasselli importanti sull'internazionalizzazione, andando avanti sul progetto Quattro per quattro business. L'idea è di espandere i nostri quattro fiori all'occhiello – quindi Sigep, Ecomondo, wellness e oro – con dei "cloni" in giro per il mondo. Questo consentirà di farci conoscere all'estero e di portare più persone ed espositori a Rimini e Vicenza. Il prossimo passo sarà con Sigep ed Ecomondo: due fiori all'occhiello di Rimini che si preparano ad essere esportati».

Lei prima parlava dell'importanza delle fiere in presenza, ma quando pensate di tornare ai numeri pre-pandemia?

«Per quanto riguarda le fiere contiamo di tornare a pieno regime già a partire dall'anno prossimo».

E lato visitatori?

«Gli uffici studi dalle grandi multinazionali stimano tutti un ritorno ai livelli del 2019 nel 2024. La nostra sensazione è che il pubblico in realtà stia reagendo più velocemente, quindi speriamo in una ripresa più veloce. Come dico sempre, noi siamo la seconda spiaggia di Rimini, basti pensare che solo il Sigep si attesta sui 200mila visitatori all'anno, quindi vogliamo essere ottimisti».

Tralasciando le polemiche, il presidente della Regione Bonaccini recentemente è tornato a parlare della possibile unione tra la fiera di Rimini e Bologna. Si farà?

«Come governance abbiamo ribadito che il progetto è per noi di straordinario interesse strategico, poi chiaramente saranno i soci a dover decidere. In ogni caso aspettiamo il risultato delle elezioni, per capire quale sarà la linea della politica».

“ Quattro per quattro business. L'idea è di espandere i nostri quattro fiori all'occhiello con dei "cloni" in giro per il mondo