

Leg allarga i confini

Dai gioielli al digitale

Nuove linee di business nel piano di crescita

Investimenti strutturali a Rimini e Vicenza, grandi eventi in Oriente
Strategia quinquennale per conquistare nuovi clienti e mercati
Il presidente Ermeti: «Scelte condivise con le Amministrazioni»

RIMINI

Il solido progresso della produzione nel corso del 2023 ha stimolato Italian Exhibition Group a predisporre un aggiornamento del proprio piano strategico che ora ha una scansione temporale 2023-2028. «Leg non è solo una società che organizza fiere ma un sistema globale e articolato che crea relazioni virtuose con i propri clienti per generare eventi fieristici unici – spiega il presidente Maurizio Ermeti -. Eventi che dal 2023 hanno segnato una ripartenza piena. Ecco perché nel piano parliamo anche di investimenti strutturali, a Rimini come a Vicenza. Scelte ponderate, condivise con le amministrazioni locali perché siamo abituati a muoverci nell'interesse di tutto il territorio».

Leg ha già avviato il programma di investimenti sulle due strutture fieristiche di proprietà. A Vicenza sono stati stanziati circa 60 milioni per un intervento sul corpo centrale del quartiere da realizzare entro il 2026. A Rimini, invece, circa 62 milioni per una nuova area espositiva da 30mila metri quadri di superficie disponibile nel 2028. Novità alle quali si aggiunge il tema della raggiungibilità: a Vicenza è partito il percorso verso l'Alta Velocità ferroviaria mentre il quartiere riminese sarà interessato dal Metromare. Si tratta di una linea di trasporto pubblico elettrificata, su corsia dedicata, già attiva tra Riccione e Rimini che nel 2026 arri-

verà in fiera dove è già attiva la stazione ferroviaria interna sulla tratta Bologna-Bari.

E sul fronte delle strategie legate alle manifestazioni? «I nostri quattro pilastri – dice l'amministratore delegato Corrado Peraboni – l'oro e la gioielleria con Vicenzaoro, l'economia circolare con Ecomondo, il turismo e la ricettività con Ttg Travel Experience, il settore dolciario con Sigep, entro la fine del piano diventeranno sei. La prima novità è il progetto Key. Una manifestazione nata in seno ad Ecomondo, e ora autonoma, che ha debuttato nel 2023 quale presidio nei settori delle rinnovabili, dello stoccaggio e distribuzione delle energie. Per il sesto pilastro stiamo ragionando su diverse ipotesi».

Ma c'è di più. Un ulteriore sviluppo strategico è rappresentato dal consolidamento della crescita internazionale. Ad aprile da non perdere Ecomondo China al Chengdu Century City Expo Center. E poi, dal 26 al 28 giugno al Sands Expo & Convention Centre di Singapore, l'edizione inaugurale di Sigep Asia, Salone In-

Sguardo al futuro

IN PILLOLE



Fiori all'occhiello

Le grandi opere

A Vicenza stanziati circa 60 milioni per un intervento sul corpo centrale del quartiere. A Rimini si punta a una nuova area espositiva da 30mila metri quadrati



Il presidente di leg, Maurizio Ermeti. Nel tondo, l'ad Corrado Peraboni

ternazionale della Gelateria, Pasticceria, Panificazione, Caffè e Tè artigianali.

La strategia è chiara: quella di far crescere i saloni leader con edizioni sui mercati mondiali più attrattivi svolgendo la funzione di 'community catalyst' e, allo stesso tempo, richiamando buyers e visitatori esteri alle fiere madri di Rimini e Vicenza.

Sono i numeri a mettere nero su bianco l'entità dell'accelerazio-

ne: il preconsuntivo dello scorso anno di leg si aggira sui 210 milioni, in vantaggio del 16% su quanto previsto dal precedente Piano e di un 30% rispetto al 2022. L'Ebitda Adjusted è atteso a 49 milioni, un più 29% sul target 2023. Il nuovo Piano Strategico presume nel 2028 di superare i 320 milioni di fatturato, con 90 milioni di Ebitda e una posizione finanziaria a zero. Il programma di investimenti riguarda anche le acquisizioni, a cui sono destinati 45 milioni, e la crescita dei quartieri espositivi. Previsto anche lo sviluppo di nuove linee di business ad alto valore aggiunto, in particolare nel segmento digital per l'evoluzione dell'exhibition experience. La creazione del valore sarà sostenuta, inoltre, dall'integrazione nel piano industriale di una strategia di sostenibilità ritenuta in grado di accelerare la crescita.

Marco Principini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE CIFRE

Il preconsuntivo dell'anno scorso si è attestato attorno a 210 milioni, il 30% in più rispetto al 2022

LA STRATEGIA

Tra gli obiettivi l'estensione dei saloni leader con edizioni sui mercati mondiali più attrattivi