

Le fiere reagiscono

di
LUCREZIA BENEDETTI



Anche in Italia, le grandi fiere stanno cercando soluzioni smart per permettere ai clienti di rianimare il loro business. Piattaforme digitali, preview, tavole rotonde, incontri, tutte nuove modalità per continuare ad interagire con i partner economici. Nuove formule d'incontro per sfruttare le potenzialità della spinta alla digitalizzazione a cui abbiamo assistito nel periodo di lockdown, per trarne benefici, anche d'immagine, sotto una nuova veste.

Un esempio di innovazione lo rappresenta Eima International, l'esposizione internazionale di macchine per l'agricoltura e il giardinaggio che si sdoppia e diventa anche digitale. L'emergenza sanitaria ha reso necessario lo slittamento delle date, da febbraio 2020 si passerà all'anno prossimo. Una delle rassegne della meccanica agricola più importanti a livello mondiale, con 2 mila espositori e 320 mila visitatori, seconda in termini numerici e la prima per livello di internazionalità, non rinuncia all'evento, ma lo fa completamente in digitale. La scelta di FederUnacoma, la federazione che rappresenta le macchine per l'agricoltura promotrice della manifestazione, è stata quella di mantenere comunque le date originali della fiera,

dall'11 al 15 novembre, per ricreare un'edizione interamente virtuale.

A spiegare le esigenze del mercato è Alessandro Malavolti, Presidente FederUnacoma. «La preview digitale dell'Eima nasce dall'esigenza di riavviare un mercato, quello della meccanica agricola, siamo convinti che questa fiera virtuale sia l'occasione per sperimentare una nuova modalità di promozione e comunicazione nel settore della meccanica agricola. Potrebbe rivelarsi efficace anche in futuro, proprio come supporto alla rassegna tradizionale che, a nostro avviso, resta un evento insostituibile».

Il progetto dell'edizione virtuale prevede la realizzazione di una piattaforma digitale con almeno tre sezioni dedicate rispettivamente alle aziende espositrici, al programma dei convegni, dei seminari di argomento tecnico e politico-economico e agli incontri business-to-business con gli operatori esteri.

Le fiere riprendono anche dal vivo

Quella digitale però non è l'unica strada percorribile per gli eventi fieristici post emergenza sanitaria. In Cina, epicentro della pandemia, l'Auto Show di Hunan si è svolto "dal vivo" tra norme restrittive

e controlli. Dal 30 aprile fino al 5 maggio, nel centro congressi ed esposizioni internazionale, nella città di Changsha, ha avuto luogo il primo evento su larga scala del Paese. Un segno di apertura, molto significativo, che lascia ben sperare a tutto il panorama internazionale per un ritorno delle fiere nei grandi poli anziché esclusivamente online. Le misure restrittive adottate per garantire la sicurezza dei partecipanti, hanno introdotto una componente digitale nell'organizzazione fieristica.

Per partecipare all'evento gli organizzatori hanno chiesto ai visitatori di richiedere in anticipo un codice sanitario, in modo che le procedure fisiche finali di controllo e sicurezza potessero essere eseguite nel modo più rapido ed efficiente possibile.

Il codice si otteneva tramite l'utilizzo di un'app che conteneva un Epidemic health information code. Dopo aver eseguito l'autenticazione dell'identità e aver sottoscritto una dichiarazione personale di buono stato di salute, i visitatori dovevano completare alcuni passaggi per essere accreditati con il codice di accesso.

Il codice applet, fornito dal servizio affari governativi nazionali e da WeChat, ha facilitato il processo di registrazione. Secondo statistiche

La bufera del Covid-19 impone all'industria fieristica una sfida senza precedenti, fra distanziamento sociale e nuove piattaforme di condivisione

incomplete, gli organizzatori hanno condiviso con Tft che 62.380 visitatori hanno partecipato al salone dell'auto e sono stati venduti 23.910 veicoli, con un importo di vendita di 5,268 miliardi di yuan.

Il ritorno in fiera dell'Italia

Tornando all'Italia, anche Bi-Mu, la biennale della macchina utensile, robotica e automazione, conferma il suo svolgimento dal 14 al 17 ottobre, nel polo di **Fiera Milano**. Dopo la cancellazione in tutto il mondo della totalità degli eventi espositivi dedicati al settore, Bi-Mu è, di fatto, il primo appuntamento 2020 per gli operatori del comparto, ma anche la prima fiera dell'industria pesante che si svolgerà in Italia dopo l'emergenza sanitaria.

«Sono molti gli espositori che hanno confermato la partecipazione» a parlare è Alfredo Mariotti, direttore generale di Ucima-sistemi per produrre, promotrice della manifestazione «in Bi-Mu vedono un'importante opportunità per presentarsi al mercato che si rimette in moto dopo lo stop forzato. D'altra parte, molte aziende ci dicono che l'Italia torna a muoversi e le previ-

sioni realizzate da accreditati istituti econometrici internazionali confermano che, già dai primi mesi del 2021, partirà la ripresa dei consumi di sistemi di produzione in tutti i principali mercati».

La fiera si farà dal vivo, dunque, ma con importanti incursioni digitali: fra le iniziative di promozione, ad esempio, nasce "Aspettando 32. Bi-Mu i webinar di Bi-Mupiu" che si abbina e precede il calendario di incontri a cura di espositori e organizzatori.

In un mondo come quello della macchina utensile dove tecnologia, personalizzazione dell'offerta e contenuto tecnico rappresentano il cuore dell'offerta, l'incontro *vis a vis* in fiera resta indispensabile e insostituibile. «Il web e il mondo digitale aiutano il business», conclude Mariotti, «sono complementari, ma di certo non alternativi alla fiera reale».

Un focus interessante presente in Bi-Mu sarà anche legato alla logistica e alla movimentazione interna. Dopo la posticipazione della fiera di riferimento per il settore, Intralogistica Italia, al 2022, infatti, gli organizzatori Hannover Fairs International GmbH hanno calendarizzato una serie di eventi di avvicinamento nei prossimi mesi. Già a partire da ottobre. Bi-Mu Logistics, infatti, sarà il nome dell'area di innovazione dedicata al settore della logistica nello stabilimento e nel magazzino curata da Intralogistica Italia all'interno di Bi-mu.

Piattaforme digitali integrative, non sostitutive

In ogni caso, sia gli organizzatori che hanno dovuto mettere mano

al calendario, sia le fiere già in programma in periodi più lontani e, si spera, meno rischiosi, si trovano a dover immaginare una trasformazione per continuare a svolgere il proprio ruolo di partner promozionale delle aziende in un mondo, per forza di cose, cambiato.

Anche Messe Frankfurt a settembre lancerà Contact Place, la piattaforma che affiancherà il ritorno in fiera di Sps Italia.

Donald Wich, amministratore delegato di Messe Frankfurt, ha una visione precisa riguardo il nuovo modello di fiera che verrà a crearsi. «La bufera del Covid-19 impone all'industria fieristica una sfida quanto mai difficile, senza precedenti, quella del distanziamento sociale. In antitesi con l'essenza più profonda del concetto di fiera, gli operatori del comparto, con un giro d'affari mondiale di 275 miliardi di euro, sono chiamati a ragionare fuori dagli schemi, a mettere in discussione un calendario di eventi costruito negli anni su equilibri settoriali e stagionali. Resta per tutti una comune priorità, lavorare perché nel post emergenza le manifestazioni siano prima di tutto un luogo sicuro per ripartire senza timore dalle relazioni interpersonali e dare nuovo impulso all'economia».

Cambia l'interazione sociale e obbligatoriamente i processi di innovazione tecnologica saranno accelerati e potenziati, ma non sostitutivi. L'idea, per i nuovi eventi, è quella di creare dei poli online strettamente collegati all'attività fieristica in presenza.

L'esordio della piattaforma Contact Place di Sps Italia è previsto per settembre, dal 28 al 30.

«Nel frattempo» prosegue Donald Wich «Il contesto merita di essere

motivo di studio da parte degli enti fieristici che, come Messe Frankfurt, hanno seguito negli anni le grandi trasformazioni quali per esempio la digitalizzazione. Le tecnologie potranno aprire la strada a piattaforme e progetti virtuali per accompagnarci poi verso l'appuntamento professionale per eccellenza, la fiera».

Un modello collaborativo per ripartire

Settembre sarà il mese del nuovo inizio anche per Ipack Ima, che ricomincerà la sua attività fieristica sospesa a causa dell'emergenza Covid-19. A dichiararlo è Rossano Bozzi, amministratore delegato dell'azienda. «Si riparte e dovremo capire come sarà il nuovo modo di fruire le fiere. Certamente in totale sicurezza visto che il sistema fieristico italiano, con **Fiera Milano** che ha avuto un ruolo di guida, ha già istituito protocolli allineati a livello Europeo».

Le fiere avranno un ruolo importante a livello industriale, ma «avranno maggiore successo» continua Bozzi «gli eventi che si ispirano a nuovi modelli business basati su un approccio collaborativo che valorizzi il concetto di filiera integrata». Sulla base di tale visione è stata definita la nuova calendarizzazione delle date delle manifestazioni di Ipack Ima che vedrà Meat-Tech dal 17 al 20 maggio 2021 in concomitanza con Tuttofood. «Con Meat-Tech siamo giunti alla terza edizione», spiega Bozzi, «è quindi un progetto giovane che dobbiamo gestire come una "startup". Il nostro obiettivo è di consolidare su Milano un evento specializzato nelle tecnologie di trasformazione e confezionamento

che guardi anche a settori affini come il caseario o l'ittico. Abbiamo una visione fortemente internazionale, ma nel 2021 ci concentreremo sui mercati del bacino mediterraneo e sud Europa che, presumibilmente, non saranno in condizione di visitare le grandi fiere internazionali».

Con un approccio analogo è stata riposizionata dal 3 al 6 maggio 2022 la manifestazione Ipack-Ima. «Abbiamo assecondato le esigenze dei nostri espositori e visitatori, individuando un nuovo posizionamento di data che ci consente di attrarre di più e meglio alcuni target di visitatori internazionali».

“My Ipack Ima”, è la piattaforma digitale che sarà presentata nella seconda metà del 2020: concepita a sostegno degli eventi fieristici organizzati da Ipack Ima, si pone l'obiettivo di agevolare l'incontro tra domanda e offerta. «Sarà un valore aggiunto per quanti fanno e faranno parte del network Ipack Ima» sottolinea Bozzi. «Certamente non sarà un servizio sostitutivo, ma una nuova modalità di accompagnare in fiera espositori e visitatori che potranno interagire per la messa a punto di un'agenda di incontri, per un migliore follow up dei contatti raccolti in manifestazione. Riteniamo che l'esperienza della fiera non possa trovare adeguati sostituti per qualità del networking, possibilità di capire i trend del mercato e, l'elemento più importante, ritorni in termini di business».

La digitalizzazione si integra con la fiera

Mce riparte con un piano digitale di accompagnamento a quello che sarà poi l'evento fieristico vero

proprio, spostato all'8 all'11 marzo 2022.

L'idea è quella di mettere a disposizione dei clienti l'intero database in attesa del prossimo appuntamento. «Se si organizzasse una fiera digitale si potrebbe venire a contatto con un numero più ampio di contatti» spiega Pierini, direttore generale di Mce, «ci si potrà registrare all'evento, ma si potrebbe pensare anche ad altre formule. Sicuramente per gli organizzatori potrebbe diventare anche un modo per monetizzare. La parte digitale nelle fiere c'è, tutto ciò che sono le fasi di registrazioni con i codici invito sono digitali. Il Covid ha fatto sì che si implementassero questi strumenti, piattaforme ed expo-comfort per tutte le fiere che organizziamo. Sì, faremo delle edizioni digitali. O meglio, affiancheremo fisico e digitale con vere aree per chi non può venire in visita. L'esperienza e il faccia a faccia rimangono ancora il punto di forza delle fiere, ma ci si deve adeguare ai tempi».

Questa digitalizzazione, come spiega Pierini, serve anche a mantenere una community di business attiva e in fermento «è uno dei motivi fondamentali per cui siamo interessati, come i nostri clienti, a questa via, e poi, la parte digitale non ha imprevisi nei costi e non ci sono imprevisi aggiuntivi come in una fiera tradizionale. Le formule di investimento sono abbastanza ridotte, il che è molto positivo.

Noi siamo in una fase di customizzazione delle piattaforme, ma stiamo pensando anche a un evento fisico. Essendo una fiera dalla portata internazionale ed essendoci ancora molte incertezze sul futuro, rimaniamo in un continuo work in progress».

□



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.