



News

Intervista a Donald Wich, CEO di Messe Frankfurt Italia

Abbiamo intervistato Donald Wich, Amministratore Delegato di Messe Frankfurt Italia, al quale abbiamo chiesto qualche anticipazione sull'attesissima edizione autunnale di Light + Building, che si terrà dal 2 al 6 ottobre 2022 a Francoforte sul Meno.

Donald, è un grande piacere rincontrarti a poche settimane dall'inizio di *Light+Building Autumn Edition*, che si prospetta come il vero momento di ripartenza per i settori illuminazione e edilizia intelligente dopo la lunga pausa dovuta alla pandemia. Ripercorrendo per un attimo la storia di questa importante manifestazione, quali sono stati i *key success factor* che, in oltre un ventennio, l'hanno portata ed essere la più importante fiera al mondo del settore?

Sin dalla sua prima edizione del 2000, Light+Building è stata la risposta a una richiesta forte e comune del settore. Vi era la necessità di creare un evento internazionale che potesse proporre in un unico luogo e momento un'offerta così completa da includere il mondo della luce, dei servizi intelligenti per l'edilizia, per la domotica e dell'automazione per gli edifici. Le associazioni che con noi hanno fondato il progetto e i keyplayer internazionali di riferimento che da subito l'hanno sostenuto, hanno contribuito a rendere la fiera un evento irrinunciabile. La fiera si propone come una giusta combinazione tra l'essere un palcoscenico di novità e tecnologie, connesse all'illuminotecnica e alla building automation, due settori in forte crescita e catalizzatori del XXI secolo, e rappresentare un luogo riconosciuto di discussione e di confronto sulle tematiche attuali connesse a queste categorie. Il tema dell'efficienza energetica e della gestione sostenibile dell'energia è stato presente a Light+Building dall'inizio, ancora oggi rimane di grande attualità per il mondo intero e di conseguenza anche per la fiera, e rimarrà un focus fondamentale anche negli anni a venire. Negli ultimi vent'anni abbiamo assistito a trasformazioni e progressi importanti nei settori dell'illuminazione e dell'edilizia, e questi hanno avuto un immediato riflesso anche sulla nostra fiera, dove gli attori possono presentare al mondo intero le novità, e gli operatori possono cercarle per avanzare nelle loro attività. In questi tempi più che mai vi è un forte desiderio di nuove idee e nuovi sviluppi da parte dei progettisti, degli architetti, del trade, del retail, ed è fondamentale per noi come ente organizzatore fornire la giusta soluzione. La prossima sarà l'undicesima edizione di Light+Building: parliamo di una fiera relativamente "giovane" ma con un potenziale e un riconoscimento a livello internazionale enorme. Con le evoluzioni nel settore ha fornito contributi importanti e la combinazione sinergica che ha sempre avuto tra la parte relativa al design e la parte tecnica ha dato effetti vincenti.

E quali, invece, i servizi *online* introdotti in questi ultimi due anni – penso ad esempio a *Contactor*, l'estensione temporale nel pre- e post-fiera, o al modulo di *match making*, che consente di fissare appuntamenti mirati ottimizzando i tempi – che hanno contribuito a consolidare la visione di fiera leader per le aziende, che sono tornate *onsite* numerose, al punto da avere oltre 1.500 espositori provenienti da 46 diversi Paesi?

Il 2022 ci ha fatto capire quanto siano importanti gli incontri personali, sia in ambito lavorativo che privato. Ma un'altra cosa è chiara: la sfera digitale è altrettanto importante. Questo è esattamente ciò che aggiungiamo alla fiera fisica. Come? Comuniciamo 365 giorni all'anno in modo integrato, in modo dinamico e trasversale, e lo facciamo in tutti i settori di Light+Building. L'edizione 2022 presenterà un'ampia varietà di nuove funzionalità digitali orientate, naturalmente, alle esigenze sia degli espositori che dei visitatori: tali servizi sono racchiusi appunto nel Light+Building *Contactor*, che rappresenta un'evoluzione al motore di ricerca legato alla fiera. L'evento fisico rimane il cuore dell'evento e si svolgerà a Francoforte dal 2 al 6 ottobre, ma contemporaneamente, dal 2 al 14 ottobre, sarà attiva la [Light + Building Digital Extension](#), una piattaforma web che offre numerose funzionalità. Gli espositori oltre a usufruire di una propria presentazione evoluta e dettagliata, avranno online un luogo di contatto a livello internazionale con i clienti prima della fiera, organizzando ad esempio l'agenda degli appuntamenti in anticipo. Ma potranno parlare e presentarsi anche con quei potenziali visitatori che, per svariate ragioni avranno ancora delle restrizioni a viaggiare e non potranno essere in fiera. Le aziende possono inoltre inserire presentazioni dei prodotti in streaming, webinar o tour degli stand. A dare ulteriore valore a questo strumento, sottolineo il processo di *matchmaking* avanzato e basato sull'intelligenza artificiale che mette in contatto i visitatori giusti con gli espositori e i prodotti giusti. In modo continuativo, fino alla prossima edizione del 2024, lasceremo quindi online il *Contactor*, che rappresenta di fatto il motore di ricerca dedicato all'illuminazione e alla building automation.



Quali dunque le principali novità che attendono espositori e visitatori a Francoforte dal 2 al 6 ottobre?

Sicuramente le novità principali arriveranno proprio dalle aziende espositrici: tra queste troviamo la maggior parte dei produttori internazionali di tutti i settori dell'illuminazione, della tecnologia per la casa e degli edifici, nonché della tecnologia di sicurezza in rete. Quindi possiamo confermare uno scambio sovrapposto e sinergico a Light+Building. In quest'edizione specialmente notiamo quanto il settore dell'edilizia, concretamente posizionato nell'area Ovest del quartiere fieristico, sia ben rappresentato. In particolare sullo sfondo della digitalizzazione e dell'elettrificazione necessarie per raggiungere gli obiettivi climatici, l'importanza di questo settore sta crescendo e tutti i player chiave saranno presenti in fiera. Nel settore dell'illuminazione abbiamo assistito a maggiori casi di M&A e molte aziende europee sono state acquisite da grandi gruppi internazionali, ma le aziende estere in particolare stanno approfittando dell'occasione per presentarsi. Gli sviluppi sociali e le condizioni del quadro politico hanno inoltre un'influenza sul mercato e sul modo in cui siamo tutti interconnessi. Quindi i pilastri che faranno da fil rouge a speech, eventi e appuntamenti in fiera si possono dividere in 3 aree tematiche. La prima è quella della **digitalizzazione** che sappiamo essere una tendenza importante per le aziende, la seconda riguarda la **sostenibilità** che mai come ora è in cima alle priorità di tutti. Si parlerà poi anche della connessione sempre maggiore tra i due mondi **luce e design**.

C'è infine, in qualità di CEO di Messe Frankfurt Italia, un messaggio che vuoi rivolgere in particolare alle tante aziende italiane che ci leggono e che, con il loro contenuto di design e tecnologia, hanno anche per questa edizione confermato il loro supporto a Light+Building e, più in generale, al grande impegno e alla serietà professionale di tutto il vostro team?

Siamo consci che gli anni appena trascorsi siano stati ricchi di sfide che hanno messo a dura prova sia la manifattura che il commercio italiano, e parlando nello specifico di Light+Building, abbiamo dovuto rimandare l'appuntamento più volte nel calendario fieristico, portando quindi a degli stravolgimenti anche nei piani di investimento delle aziende stesse. Nonostante questo, possiamo però confermare che l'Italia rappresenta la nazione estera maggiormente rappresentata tra gli espositori (dopo la Germania). Abbiamo avuto prova, malgrado il permanere di questa situazione di incertezza, che le aziende continuano a credere nella fiera, e a riconoscerla come canale fondamentale di comunicazione e di networking. Con le aziende del nostro Paese abbiamo voluto mantenere un confronto e un dialogo costante, cercando, laddove ci fosse possibile, di rispondere alle loro richieste ed esigenze. Così come i nostri clienti son stati chiamati ad adeguarsi a condizioni e criticità particolari, anche noi, sebbene dall'altro lato, abbiamo dovuto concentrare ancora di più il nostro impegno per mantenere attivo il nostro ruolo. Il nostro team ha risposto benissimo e si è adeguato alla velocità dei cambiamenti, e alle esigenze nuove per il nostro Gruppo, e l'ha fatto confermando Messe Frankfurt Italia un'azienda in grado di affrontare i mutamenti del mercato. In fondo credo che la crisi ci abbia insegnato che la chiave dell'evoluzione è proprio il mutamento ed il sapersi adattare ad esso.

