

La fiera IBRIDA tra incontri e digitale



di *Andrea Guolo*

MESSE FRANKFURT SCOMMETTE SUL MODELLO DELL'EVENTO FISICO SUPPORTATO DAL DIGITALE, CHE SECONDO IL MANAGING DIRECTOR PER L'ITALIA, DONALD WICK: "POTREBBE RAFFORZARE L'IMPORTANZA DEL SISTEMA FIERISTICO". A COMINCIARE DALLE PRINCIPALI MANIFESTAZIONI DEL DESIGN: AMBIENTE, LIGHT + BUILDING, ISH

La trasformazione di **Messe Frankfurt** è già iniziata. Quello in atto per la società tedesca, colosso da 736 milioni di ricavi nel 2019, è un processo che porterà alla realizzazione di manifestazioni definite "ibride" dal managing director per l'Italia, **Donald Wick**. Si tratta di eventi fisici, che però verranno accompagnati, pre e post fiera, da iniziative digitali che rappresentano un ideale completamento dell'offerta in tutti i settori nei quali Francoforte è specializzata, design compreso. Un ambito, quest'ultimo, particolarmente importante per la società fieristica presieduta e amministrata da Wolfgang Marzin. Gli appuntamenti connessi alla casa, che si tengono in riva al Main, sono Ambiente, Heimtextil, Light + Building e ISH. E la svolta digitale è iniziata anche per le kermesse dell'home interiors.

UN NUOVO CANALE

“Si apre un nuovo canale, che stavamo già esplorando e sviluppando, ma il cui sviluppo ha subito una fortissima accelerazione”, afferma Wich.

Aggiungendo che Messe Frankfurt scarta la sola ipotesi di concentrare l'attenzione su formule totalmente digitali (“perché una fiera, per funzionare, deve restare fisica e basata su incontri face to face”), mentre il percorso che porta al phygital apre scenari di potenziamento per le manifestazioni tradizionali. “Pensiamo a una serie di contenuti collaterali all'evento fisico, che finora erano stati veicolati in fiera ma spesso non potevano essere seguiti, visti gli impegni nelle trattative da parte di espositori e buyer. E potranno continuare online. Così la partecipazione potrà essere estesa a molti più buyer delle aziende visitatrici e i contenuti grazie al digital potranno essere ampliati. E le fiere del design si prestano particolarmente a questo modo di concepire l'evento, perché hanno forti contenuti che possono essere veicolati tramite convegni o seminari, con interventi di architetti e designer che potrebbero non essere fisicamente presenti”.

L'attuale calendario delle manifestazioni prevede la conferma di **Ambiente**, l'ultimo evento pre-Covid organizzato da Messe Frankfurt, per febbraio 2021. La prossima edizione di **Light + Building**, prima rinviata e poi cancellata, si terrà nel 2022, mentre **ISH** resta in calendario senza variazioni, per marzo del prossimo anno. Le prime fiere a ripartire sono quelle organizzate in Asia, già dal mese di luglio, mentre per gli appuntamenti tedeschi si assisterà a una cauta ripresa fino al ritorno a regime, previsto da gennaio. “Ogni decisione, per rinvii e cancellazioni, è stata presa in totale armonia con le aziende e con le associazioni di categoria. Per Ambiente 2021, siamo attualmente in linea con i numeri dell'ultima edizione. Cambieranno naturalmente le modalità organizzative, in base ai protocolli di sicurezza, ma l'importanza degli eventi non viene meno e quindi gli investimenti di chi espone potranno essere ricompensati”, sottolinea il managing director di Messe Frankfurt Italia.

SOLIDITÀ TEDESCA

L'impatto economico derivante dai mancati appuntamenti (e conseguentemente introiti) del 2020 non spaventa Messe Frankfurt. La società sta rivedendo la struttura dei costi, ma non ha in previsione tagli drastici. “Le fiere hanno una rilevanza sistemica che va oltre il business generato dai padiglioni, basti pensare all'indotto per la città e il territorio circostante. I nostri soci sono pubblici e in generale la Germania sta sostenendo in maniera importante i settori strategici, pertanto da noi non sono previsti ridimensionamenti particolari”, afferma Wich. E se il 2021 si prospetta come un anno ancora in ripresa, dopo il calo degli introiti 2020, per il 2022 la società conta di poter tornare a pieno regime. “Arriveremo al momento della ripresa economica avendo mantenuto in gran parte la struttura del 2019, per poter così servire da motore per il rilancio dell'economia. Anche perché ogni ripresa trae origine dalle esportazioni, e la fiera è un passaggio necessario per le aziende che vogliono aumentare l'export”. E se anche le grandi fiere internazionali, nel post Covid,



Sopra, ritratto di Donald Wich, managing director di Messe Frankfurt Italia

In apertura, immagine interna della fiera Light + Building a Francoforte

dovessero scontare la minore propensione al viaggio dei buyer extra Ue, Messe Frankfurt potrà rimediare come organizzatore di eventi nazionali e regionali al di fuori dell'Europa, in particolare quelli già avviati in Asia. È il caso di Ambiente, che ha creato eventi satellite in Giappone, Cina e India. “Vista la tendenza, potremmo anche esplorare nuovi mercati”, rimarca Wich. Una strategia, quella di esportare i propri brand, che è consolidata per le società fieristiche tedesche e che prospetta una ripresa più rapida rispetto all'Europa per le manifestazioni in Oriente, in linea con i tempi dell'uscita asiatica dall'emergenza. Quanto alla periodicità delle fiere, la

cancellazione degli eventi biennali pone il problema di un'eventuale revisione delle tempistiche, perché alcuni settori non possono attendere 4 anni per presentare le proprie novità. Messe Frankfurt è in osservazione. “Se la nostra idea di combinare la fiera tradizionale con strumenti digitali dovesse avere successo, il lasso di tempo tra un'edizione e l'altra potrebbe certamente essere ridotto”, afferma il managing director. Così come è necessario offrire un ventaglio di servizi ampio e di qualità per soddisfare le esigenze di quei gruppi più strutturati verso la digitalizzazione. “È un'attività cui dobbiamo dedicarci, a prescindere dal Covid”, conclude.



Immagine interna della fiera Light + Building a Francoforte