

Fiera, Cagnoni: “Sistema produttivo debole, è cambiato tutto”

Si lavora con il coltello tra i denti ai piani alti degli uffici di Rimini Fiera dove i vertici hanno appena preso una decisione, sicuramente sofferta, per intraprendere un nuovo percorso che il presidente **Lorenzo Cagnoni** (nella foto mentre annuncia le novità) ha definito “giusto”. Eccole le due ‘mosse’: completare la filiera del food unendo Rhex Ristorazione con il “grande” Sigep (che quindi si svolgeranno entrambe dal 18 al 22 gennaio prossimi); recuperare il SIA



GUEST e proporlo in concomitanza con la manifestazione leader, il TTG (che occuperanno i padiglioni dal 9 all’11 ottobre 2014). Decisione strategica o manovra d’emergenza? “Le modalità di consumo si sono evolute – **ha detto il presidente Cagnoni** – Oggi la ristorazione offre esercizi differenziati, multi-offerta, che addirittura cambiano volto nel corso della

giornata. Un fenomeno molto evidente che Rimini Fiera, potendo contare su un 'palinsesto espositivo' forte traduce fattivamente collocando RHEX RISTORAZIONE in filiera con SIGEP 2014 e accompagnando con questo le richieste del mercato. Una decisione tempestiva che rafforzerà la leadership dell'appuntamento riminese, a vantaggio del business di carattere internazionale dei suoi espositori. Al pubblico di RHEX si uniranno i 144.803 visitatori professionali di SIGEP. L'evento sarà un acceleratore importante di affari con pubblici esercizi, catene di distribuzione e grande distribuzione organizzata. Ragionando in termini di filiera riusciremo a ottenere quella completezza espositiva e massa critica necessarie per promuovere al meglio presso i buyers esteri le proposte delle aziende".

La sezione hospitality si affianca invece a TTG Incontri. "In questo caso – ha sottolineato Cagnoni – riproponiamo il marchio SIA GUEST a grande richiesta di aziende e associazioni di settore che lo valutano di forte appeal. Abbiamo ragione di ritenere che i contenuti saranno esaltati dal nuovo format, così come le occasioni di business internazionale e di matching tra aziende. Da una parte i fornitori dell'industria alberghiera, dall'altra le strutture ricettive e le catene nazionali ed internazionali, gli architetti, i progettisti, le procurement companies ed i general contractors. Una doppia opportunità per gli operatori che avranno sia la possibilità di vendere il proprio prodotto e di godere di ottime possibilità d'acquisto per le loro imprese ricettive".

Sulla carta gli obiettivi da raggiungere sono diversi. "Tra questi – spiega in maniera molto determinata **Patrizia Cecchi direttore Business unit di RiminiFiera** – creare sinergie tra le manifestazioni e puntare anche alla crescita dei rispettivi settori. C'è poi l'internazionalizzazione, sulla quale stiamo investendo moltissimo e senza la quale i prodotti sono destinati alla marginalità". E' la stessa manager ad annunciare la grande novità per il 2014. "C'è un settore con

dinamiche di accelerazione e di sviluppo incredibili, quello del caffè. Abbiamo lavorato per capire come affrontare questo segmento e siamo in grado di annunciare che a giugno i nostri padiglioni ospiteranno il World of Coffee ma stiamo già andando oltre per organizzare a Rimini il Simposio mondiale del Caffè con i trecento migliori produttori mondiali”.

Per sapere invece quale sia lo stato di salute del Gruppo, si dovrà invece attendere il prossimo 3 dicembre quando verranno annunciati i numeri del Gruppo che ha chiuso il 2012 con un fatturato di 71,6 milioni di euro con la capogruppo Rimini Fiera SpA che ha archiviato l'anno con un valore della produzione di 41,5 milioni di euro e un utile d'esercizio di 910mila euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA