

## Palermo (Fiera Milano): “Vogliamo diventare punto di riferimento per il sistema fieristico europeo”

All'evento svoltosi il 7 marzo per promuovere la partnership tra Fiera Milano e Associazione italiana ambasciatori del gusto ha partecipato anche il nostro direttore Angelo Frigerio. Che ha posto a Luca Palermo, Ad di Fiera Milano, la seguente domanda: “La pandemia ha stravolto il settore fieristico e, attraverso una nostra indagine con oltre 200 operatori del settore food and beverage, abbiamo individuato alcuni trend: il format ibrido digitale-fisico, la preferenza verso fiere concentrate in 2-3 giorni, l'importanza dell'incoming dei buyer esteri. Cosa ne pensa?”.

“Senza dubbio, il digitale è un trend evolutivo che permette al sistema fieristico di vivere un'ulteriore accelerazione”, esordisce Palermo. “Oltre a migliorare e semplificare l'esperienza di visita all'interno del quartiere fieristico, permette di fruire, anche al termine dell'evento, di contenuti innovativi. Non è assolutamente un antagonista delle fiere, ma una modalità che permette di viverle in maniera differente”. In merito alla concentrazione delle manifestazioni in pochi giorni designati, sono due gli elementi da tenere in considerazione per l'Ad di Fiera Milano. “Innanzitutto”, spiega, “esiste un tema fieristico legato esclusivamente al mondo b2b, composto da manifestazioni concentrate in pochi giorni e con un'offerta precisa e mirata. All'interno di questa cornice, dobbiamo essere in grado di offrire novità e contenuti all'avanguardia. È successo, ad esempio, con l'edizione speciale di Tuttofood, in cui si sono visti i grandi passi avanti compiuti in termini di integrazione delle filiere”. L'attenzione, però, è rivolta anche al segmento consumer che po-

trebbe essere interessato a partecipare alle fiere una volta conclusosi il segmento b2b. “Potrebbe aver senso organizzare giornate dedicate esclusivamente al pubblico b2b e altre rivolte invece al b2c”, prosegue Palermo. “Un ragionamento del genere serve infatti per generare maggiore conoscenza e competenza”.

L'obiettivo finale, spiega Palermo, è quello di elevare Milano a capitale europea del sistema fieristico. “Per farlo”, conclude l'Ad, “abbiamo bisogno dell'aiuto delle istituzioni, di Ice e degli altri enti. Insieme dobbiamo dar vita a una fiera sempre più rilevante sullo scenario internazionale, dobbiamo diventare punto di riferimento per il settore. Ma per raggiungere questo obiettivo servono il giusto incoming e la giusta offerta. Questo è il momento giusto per agire, per avere una visione prospettica che guardi al futuro. È uno sforzo notevole, ma la velocità di ripartenza di molti altri paesi non è comparabile con quella italiana. Abbiamo un vantaggio competitivo che non possiamo sprecare”.

