

Modello low cost, un'idea per sedurre gli espositori



1



2

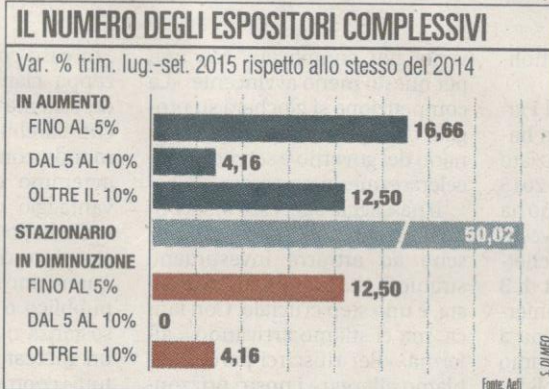
SEDI DELL'EVENTO IN CITTÀ DI PROVINCIA MA FACILMENTE RAGGIUNGIBILI, LARGO USO DI INTERNET PER ABBATTERE LA SPESA DEGLI STANDISTI. LA SOCIETÀ QUICKFAIRS DI SEBASTIAN KUESTER RINNOVA UN ANTICO CLICHÉ. E LE PRIME PROVE STANNO DANDO RAGIONE ALLA SCELTA

Stefania Aoi

Milano

Non più fiere moderne, grandi kermesse, ricche di convegni, workshop e allestimenti ricercati. QuickFairs punta sulla fiera "come una volta", semplice luogo d'incontro tra domanda e offerta. L'azienda organizzatrice di eventi, fondata nel 2010 da Sebastian Kuester, ex manager di Fiera Milano, ha deciso di proporre un modello più semplice, low cost, con allestimenti minimal nei centri fieristici di città di medie dimensioni. Tutto allo scopo di abbattere i costi delle imprese espositrici.

Due le fiere gestite oggi: Franchising Nord, che si tiene a Piacenza ed è dedicata al mondo del franchising, e Coiltech, che raccoglie a Pordenone gli operatori del settore elettromeccanico. Inoltre Kuester, sta valu-



tando la possibilità di dar vita a un appuntamento dedicato al mondo dei sistemi di trasmissione come quelli idraulici. Si potrebbe partire già da quest'anno.

«La nostra strategia sta pagando — afferma la exhibition manager manager di Franchising Nord, Lucia La Greca — Tra Franchising Nord, che si terrà tra il 28 e il 29 maggio, e Coiltech, prevista invece per il 28 e 29 settembre, abbiamo registrato una crescita degli espositori iscritti del 40 per cento circa». Inoltre molte imprese, dopo aver partecipato alle precedenti edizioni, hanno riconfermato la lo-

ro presenza. «Il rebooking è intorno al 50 per cento per la prima e al 90 per cento per la seconda», sostiene La Greca. Cresce anche il fatturato di QuickFairs. «Abbiamo superato il milione di euro e la crescita è stata del 19 per cento — afferma la exhibition manager — e nei prossimi due anni prevediamo un ulteriore aumento del 15 per cento annuo».

La fiera modello Kuester promette uno stand chiavi in mano e una breve durata dell'evento. Le società partecipanti, inoltre, possono fare quasi tutto online in modo facile e veloce: dalla prenotazione, alla scelta della posi-

zione dello stand. Gli spazi a disposizione sono quelli necessari agli stand: tutta Franchising Nord si svolge in un unico padiglione e non vi è una suddivisione per settori. In questo ambiente, nel 2015 ha ospitato 73 imprese, tra cui molte start up e qualche realtà più grande come Yogorino, la catena di yogurt in franchising, che ha aperto punti vendita in diversi paesi del mondo.

«Negli anni passati in Fiera Milano — racconta La Greca — Kuester ha ascoltato le lamentele degli espositori, ed è per questo che ha deciso di creare eventi più alla portata di tutti,



stravolgendo anche l'idea che una grande fiera si possa fare solo in una grande città». Centri come Piacenza, dove si tiene Franchising Nord, sono facilmente raggiungibili dai visitatori. «È il costo degli spazi è inferiore a quello di centri fieristici più importanti», afferma la project manager. Pordenone è invece un importante distretto dell'elettromeccanica. Così Coiltech si è ben affermata e oggi raggruppa 230 espositori, che vanno dalle multinazionali dell'acciaio come la Thyssengroup, fino alla Dupont, che realizza materiali isolanti o la Eurogroup, specializzata nella tranciatura di lamierino magnetico.

Lo stile minimal proposto dall'azienda di Kuester (formata da un team di giovani sui 28 anni e senza esperienza nel settore) prevede come unico surplus, solo qualche conferenza rivolta agli operatori del settore. Niente di più. «Per la prossima edizione di Franchising Nord — racconta la exhibition manager — ci saranno ad esempio incontri per chi sta pensando di affiliarsi ma non ha nessuna esperienza in materia. Ma anche per chi vuole scegliere la giusta location dove avviare un'attività oppure possiede un locale e vuole sfruttarlo con il giusto business».