Vuole diventare partner delle aziende per incontri a distanza

La svolta digitale di Lariofiere

ERBA (gcf) Lariofiere punta sul digitale. Il polo espositivo erbese non si limiterà a promuovere i propri eventi in modalità ibrida, cioè in presenza e contemporaneamente in digitale, ma vuole diventare anche un hub per le imprese che intendono organizzare incontri digitali con i propri clienti o fornitori, organizzare riunioni con la rete vendita, promuovere momenti di formazione, ma anche rafforzare la propria presenza sull'e-commerce. Una vera rivoluzione. «La pandemia sta accelerando il processo digitale - esordisce il presidente di Lariofiere, **Fabio Dadati** - Noi siamo pronti. Anzi, abbiamo già fatto un esperimento durante la recente Mostra Mercato dell'Artigianato. Da oggi in avanti tutte le manifestazioni di Lariofiere si svolgeranno nella duplice modalità: in presenza e online. Noi mettiamo a disposizione uno stand virtuale poi i contenuti - come avveniva per lo stand fisico - sono di competenza dell'espositore, anche perché non vogliamo fare concorrenza a allestitori fisici o digitali, creatori di contenuti, agenzie di pubblicità e comunicazione. Ma non ci fermeremo qui».

Cosa vuol dire?

«Lariofiere vuole diventare partner delle imprese del territorio comasco, lecchese e della Brianza. Dispone di tutta l'attrezzatura necessaria per fare questo salto di qualità. Abbiamo sale di diverse dimensioni dove organizzare incontri digitali con clienti e fornitori in Italia o all'estero, fare riunioni con la rete vendita, promuovere momenti di formazione, pianificare un convegno o un momento di approfondimento, ma anche rafforzare la propria presenza sull'e-commerce. Disponiamo di videocamere attrezzate, impianti audio e luci, abbiamo tecnici che garantiscono la regia dell'evento, pre e post produzione. E soprattutto abbiamo una fibra ottica molto performante. Oggi tutti parlano di connessioni ma molti paesi viaggiano ancora con l'Adsl: penso ad alcune aree del Triangolo Lariano, della Valsassina e persino della Brianza. Siamo in grado di accompagnare le aziende con un progetto su misura».

Questa è una novità, una nuova possibilità di business...

«E' una sfida che abbiano voluto iniziare proprio durante questa seconda ondata della pandemia, è un'esigenza che abbiamo raccolto dagli stessi espositori che frequentano Lariofiere. Abbiamo gli spazi, le attrezzature e le professionalità. E così abbiamo iniziato a sondare i nostri clienti ai quali a breve manderemo una newsletter con una proposta strutturata nella quale descriveremo nel dettaglio il tipo di servizio che Lariofiere può offrire loro. Poi cercheremo di fare delle convenzioni con le associazioni di categoria. Ma questa non è certo l'unica novità».

Cosa bolle in pentola?

«Il nostro centro fieristico si stava attrezzando per diventare anche un centro congressuale: negli ultimi due anni abbiamo ospitato l'assemblea congiunta di Confindustria Como e Lecco con oltre 1.000 invitati. Eventi di queste dimensioni, in questo momento, non sono proponibili e non lo saranno neppure a breve, ma stiamo pensando di destinare un padiglione - modulabile nelle dimensioni - per eventi piccoli e grandi, rispettando il distanziamento. Lariofiere è stata testata con soddisfazione da Confindustria ma ora vogliamo proporci anche per altri incontri, eventi, assemblee di banche e istituzioni varie».

Come cambierà il calendario di Lariofiere con la seconda ondata della pandemia?

«Le criticità riguardano sicuramente i primi due appuntamenti: Ristorexpo programmata per il 31 gennaio e Fornitore Offresi che avverrà a fine febbraio. Per noi sono due eventi strategici perché sono rispettivamente la seconda e la prima fiera in termini di importanza per il nostro centro espositivo. Aspettiamo le indicazioni da parte delle autorità, da parte nostra speriamo di poterle effettuare nelle date previste senza ulteriori spostamenti. Si tratta di due manifestazioni che devono essere fatte in presenza, ma che a loro volta avranno una sezione digitale».

Il primo tentativo di fiera digitale è avvenuto poche settimane fa con la Mostra Mercato dell'Artigianato, dal 31 ottobre all'8 novembre. Come è andato questo esperimento?

«Bene. Siamo rimasti sorpresi anche noi. In un primo momento, a inizio ottobre, quando i contagi stavano aumentando e la situazione si stava facendo problematica, l'abbiamo annullata, ma poi il Comitato organizzatore guidato da **Ilaria Bonacina**, anche alla luce dei quasi 100 artigiani che avevano già prenotato lo stand, ci ha chiesto di trovare una modalità online».

Una decisione presa quasi all'ultimo momento...

«Intanto l'annullamento ha permesso agli espositori di non creare inutilmente uno stand evitando un investimento che poi si sarebbe perso. In poche settimane siamo riusciti a creare una fiera virtuale grazie anche all'importante e indispensabile contributo che ci ha concesso la Camera di commercio, senza il quale avremmo perso soldi. Gli espositori che avevano prenotato lo stand fisico hanno volentieri accettato di sperimentare questa nuova modalità ed hanno così avuto la possibilità di presentarsi a un pubblico nuovo, di far conoscere i propri prodotti attraverso nuovi strumenti e di mettere a punto meglio il proprio e-commerce. I convegni programmati sono stati tutti trasferiti su webinar e, con sorpresa di tutti, la partecipazione è stata superiore rispetto a quella delle passate edizioni quando organizzavamo momenti di approfondimento in presenza. E' stata un'esperienza positiva. E proprio per questo motivo abbiamo deciso non solo di organizzare da oggi in avanti fiere ibride, ma anche di metterci al servizio delle imprese dei nostri territori».

Fabio Dadati, presidente di Lariofiere

GIORNALE DI LECCO
LUNEDÌ 30 NOVEMBRE 2020