

BolognaFiere. Nel gigante asiatico il gruppo punta ad allargare lo spettro di attività con tre appuntamenti dedicati al biologico, alla zootecnia e ai prodotti a marca del distributore

Nei piani di Bologna nuovi saloni in Cina e acquisizioni in India

Ilaria Vesentini

Il 2020 si è aperto per BolognaFiere con l'annuncio di una nuova società in Cina che permetterà di raddoppiare il fatturato in terra asiatica nel giro di cinque anni - da 50 a 100 milioni di euro - e con dati più che incoraggianti per i primi due saloni chiave della stagione, Marca (espositori e visitatori sono cresciuti di oltre il 20%) e ArteFiera (+5% le presenze alla 44esima edizione). Nel frattempo avanzano come da cronoprogramma i cantieri del maxi-piano di ampliamento e restyling, che ha visto aggiungersi - nell'ultima versione del masterplan firmata da Mario Cucinella - la chicca della futuristica arena polifunzionale da oltre 30mila posti che dovrebbe ospitare la Virtus, a nord del quartiere che arriverà a 300mila metri quadrati di spazi espositivi lordi entro il 2024.

È dunque uno scenario promettente quello che si va delineando per la seconda società fieristica italiana per dimensioni (ma prima per business realizzato oltreconfine), a prescindere dai battibecchi tra i soci di queste settimane sull'opportunità di privatizzare o meno la compagine e sull'ipotesi di quotazione in Borsa. Ipotesi che il presidente Gianpiero Calzolari accarezza da tempo ma non prevede si concretizzerà a breve, «non abbiamo necessità finanziarie che ci impongano di ricorrere a capitali esterni - sottolinea - anzi, riteniamo ci siano già i presupposti ora per migliorare il budget 2020, che avevamo previsto in 204 milioni di euro con ottime marginalità. Abbiamo i conti in regola per poter fare anche una riflessione sulla Borsa, che non è né la cura di tutti i mali né un problema».

Nel giro di 36 mesi, da quando si è insediata l'attuale presidenza,

«siamo passati da poco più di 125 milioni di euro di valore di produzione a 184 milioni, abbiamo messo in cantiere 100 milioni di euro di opere e non siamo mai scesi sotto al 18% di Ebitda, con una posizione finanziaria netta attorno ai 50 milioni di euro a fine 2019», sottolinea il dg Antonio Bruzzone, lasciando intendere che il mandato di Calzolari potrebbe serenamente chiudersi con un raddoppio del fatturato, attorno ai 250 milioni di euro.

Se il 2019 è stato un anno di consolidamento, dopo la serrata campagna acquisti dell'anno prima che ha



AL VERTICE.
Il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari

portato il gruppo a diventare leader in Italia nel ramo allestimenti fieristici con l'operazione GiPlanet e a rafforzare il posizionamento in Europa nel filone bellezza con l'acquisizione della tedesca Health&Beauty, è sui mercati asiatici e latini che il team bolognese sta concentrando ora i propri sforzi di M&A. Puntando a valorizzare tutte le filiere chiave in cui opera, non solo la cosmesi col network Cosmoprof, ma anche il biologico, la zootecnia, l'editoria, la marca del distributore.

Si muove in questa direzione la joint venture controllata al 51% siglata a metà gennaio con l'organizzatore fieristico cinese Phenix, attraverso la quale BolognaFiere (che già sviluppa in Cina 50 milioni di fatturato con 40 dipendenti diretti) ambisce a raddoppiare i risultati sfruttando la comple-

mentarietà di prodotto e di competenze dei soci, che operano da 18 anni nel settore fieristico locale, con una forte specializzazione in agricoltura. Dopo Cosmoprof Asia a Hong Kong e South China Beauty Expo a Shenzhen e alla fiera dell'editoria per ragazzi con la China Shanghai International Children's Book Fair, ora BolognaFiere punta ad allargare lo spettro di attività con tre appuntamenti dedicati al biologico (un comparto che si stima supererà i 13 miliardi di dollari di valore in Cina da qui al 2024) alla zootecnia e ai prodotti a marca del distributore. «Stiamo ragionando anche di due piccole acquisizioni in India, dove già siamo presenti con Cosmoprof Mumbai», anticipa Bruzzone. E non esclude nuove espansioni anche nel ramo servizi e allestimenti: «Stimiamo di poter salire dai 50 milioni di euro di fatturato diretto a 70-75 milioni nel 2021».

I prossimi mesi saranno forieri di novità anche a Bologna, non solo per i lavori edili che interesseranno l'80% del quartiere espositivo, ma perché debutteranno diverse nuove manifestazioni: il primo Salone nautico, il prossimo ottobre, dedicato al segmento di barche tra i 6 e i 18 metri; Mecspe, la fiera di riferimento per l'industria manifatturiera che dopo 20 edizioni a Parma dal 2021 si sposterà a Bologna; e Metef, l'expo internazionale per l'alluminio, frutto di una partnership al 50% con la fiera di Verona, che aveva ospitato l'evento fino a tre anni fa. La cura emiliana sta facendo bene anche all'expo di Bari (si veda altro servizio a pagina 34), che nel 2019 chiude finalmente un bilancio in utile. BolognaFiere era entrata nel 2017 con il 15% del capitale nella Nuova Fiera del Levante, «e ora saliremo al 40%», annuncia il dg.

© RIPRODUZIONE RISERVATA