



Cosmoprof (beauty) spinge le attività all'estero di Bologna

Emilia-Romagna/1. Oggi a Las Vegas prende il via Cosmoprof North America, mentre dopo l'estate l'organizzazione si sposta in Asia: prima a Bangkok, poi a Mumbai (India) e in novembre a Singapore

Ilaria Vesentini

«Il nostro obiettivo è prima tornare in salute e poi rimetterci in gara, quindi facciamo passare quest'anno e anche il 2023 per recuperare il fatturato pre-Covid (195 milioni di euro, ndr) e dal 2024 saremo pronti per strategie più aggressive. Il primo semestre appena chiuso è in linea con le aspettative, siamo un 30% sotto i livelli del 2019». È una visione prudente quella del direttore generale di BolognaFiere, Antonio Bruzzone, in linea con il piano strategico del gruppo e coerente con uno scenario geopolitico che penalizza la forte esposizione estera del business, soprattutto in Russia e Cina.

BolognaFiere è infatti il primo player fieristico italiano per attività svolte oltreconfine, arrivate a pesare circa il 40% del giro d'affari complessivo, con un presidio importante in Cina (un team di 40 dipendenti nella sede di Shanghai di BF China Ltd) e un calendario fitto di manifestazioni in Russia, dal calzaturiero alla filiera del pet, dalla cosmetica all'editoria. «Lasciamo perdere il capitolo Russia, non abbiamo visibilità al momento», chiede Bruzzone, che ha comunque organizzato e svolto a fine marzo all'Expocentr di Mosca l'edizione primaverile di

Obuv' Mir Kozhi, il più importante salone dedicato a calzatura e pelletteria di fascia medio-alta e alta in tutta la Federazione Russa.

È ancora quasi completamente

ferma, causa pandemia, anche la piazza fieristica cinese, «mentre sia sul mercato americano che in Messico abbiamo grosse operazioni in corso: puntiamo a rifocalizzare e allargare le attività in particolare nel settore beauty. Entro luglio - precisa il Dg - contiamo di concludere un accordo con Pbe, l'associazione confindustriale americana della bellezza, per potenziare la nostra presenza nella cosmesi, con la possibilità di allargare poi le collaborazioni ad altri settori». La piattaforma Cosmoprof si conferma dunque il volano principale del business bolognese anche in questo 2022: la 53esima edizione dell'evento mondiale, chiusa lo scorso maggio, ha visto arrivare nei padiglioni del quartiere Michelino oltre 220mila operatori da 140 Paesi e 2.700 aziende espositrici di 70 nazionalità. Ora tocca all'estero. Da oggi al 14 luglio 2022 sarà la volta di Cosmoprof North America a Las Vegas (Stati Uniti), mentre da settembre l'organizzazione si sposta in Far-East: prima con Cosmoprof Cbe Asean a Bangkok, poi a Mumbai per Cosmoprof India e in novembre a Singapore per Cosmoprof Asia.

A fare da contraltare alle diffi-

coltà sul quadrante orientale del planisfero sono le soddisfazioni sul mercato interno: «In Italia il nostro calendario si sta sempre più potenziando, nuove manifestazioni e nuovi comparti merceologici scelgono Bologna, come Refrigerera, Mecspe, i nuovi business legati ai carburanti green. Siamo un hub sempre più centrale in un settore in





cui i collegamenti logistici fanno la differenza e noi abbiamo un assetto impareggiabile, con un quartiere dotato di una uscita autostradale e dell'Alta velocità ferroviaria e con un aeroporto internazionale in forte sviluppo a meno di 10 km di distanza. Se il mercato si riprenderà abbiamo tutte le precondizioni per essere i primi a ripartire», rimarca Bruzzone. La cartina di tornasole saranno i numeri dei due "mostri sacri" fieristici mondiali attesi in autunno a Bologna, il Cersaie (ceramica) ed Eima (meccanizzazione agricola).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Forti all'estero.

Bologna Fiere è il primo player fieristico italiano per attività svolte oltreconfine, pari a circa il 40% del giro d'affari totale

