

RAPPORTI
FIERE

DS6901

DS6901

LO SVILUPPO

Un nuovo piano industriale per Parma

Il ceo Cellie: «Siamo pronti al varo, abbiamo archiviato in anticipo quello precedente. Il biennio 2023-2024 si chiude con oltre 80 milioni di fatturato consolidato»

Vito de Ceglia

Il biennio 2023-2024 si chiude con oltre 80 milioni di euro di fatturato consolidato, 27 di Ebitda e una posizione finanziaria netta (Pnf) positiva per oltre 25 milioni. Con questo risultato straordinario, la società ha archiviato in anticipo il piano industriale varato tra il 2018 e il 2019 nonostante la crisi pandemica, i conflitti e le crescenti tensioni geopolitiche». Antonio Cellie, ad di Fiere di Parma, tira le somme sulla gestione economico-finanziaria del polo fieristico emiliano, che si conferma tra «i più in salute d'Europa». E subito guarda avanti: «A questo punto, siamo pronti a varare un nuovo piano industriale che punti ad un ulteriore sviluppo in settori core come alimentare, meccano alimentare, anti-quariato, collezionismo e Pleinair-outdoor».

La strategia di Cellie è chiara: «Cercheremo di rafforzare il posizionamento distintivo del quartiere fieristico attraverso acquisizioni mirate di eventi e organizzatori, in Italia e all'estero, per sviluppare nuovi format sia a Parma che in Europa. Eventi che possono essere aggregati o federati a quelli già esistenti, oppure che si muoveranno in logica stand alone, con una creazione di valore che consenta una importante remunerazione per i nostri stakeholders». Nello stesso tempo, la strategia è di crescere anche attraverso investimenti mirati nella «digital business area», che ormai rappresenta una quota stabile e crescente di ricavi e margini della società. «Punteremo sull'AI applicata al patrimonio informativo di ogni singola fiera - spie-

ga Cellie - Per questo, stiamo portando avanti sperimentazioni sui chatbots, assistenti virtuali in grado di rendere l'interazione tra utente ed espositori sempre più intuitiva e personalizzata».

Tra gli obiettivi c'è poi il progetto di riportare Cibus, la fiera leader nel made in Italy alimentare, dal 2027 a cadenza annuale come avviene per altre fiere iconiche quali Vinitaly, Sigep e Salone del Mobile. «L'idea è di anticipare l'evento a marzo o aprile, magari in formato più smart della durata di 3 giorni, e di spostare Tuttofood in autunno dal 2028», spiega Cellie. A tutto questo, si aggiunge l'ambizione di trasformare il quartiere fieristico di Parma in una società B-Corp: «Sulla carta già lo siamo - ammette l'ad - visto che dal 2011 le nostre attività sono carbon neutral e le nostre politiche Esg, oltre al raggiungimento del risultato economico, rispettano elevati standard sociali e ambientali».

La natura green di Fiere di Parma sarà inoltre iconicamente rappresentata dal profondo «landscape design» dei 400 mila mq occupati dal quartiere, che trasformeranno i parcheggi in boulevard e gli spazi interni in oasi verdi che raccorderanno organicamente sia gli attuali padiglioni sia le nuove strutture, per un totale che a regime supererà i 170 mila mq coperti. «La progettazione è in fase esecutiva e l'investimento sarà di circa due milioni di euro. I primi effetti di questa trasformazione si vedranno a partire dall'autunno 2025. Nel frattempo, stiamo intervenendo sull'upside dell'attuale impianto fotovoltaico a tetto, che passerà da 7,3 a 10,5 MW per un investimento di circa 3 milioni», conclude Cellie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tra i progetti il ritorno di «Cibus» a cadenza annuale dal 2027



ANTONIO CELLIE
Amministratore delegato
Fiere di Parma

