

Parma punta ad acquisire nuovi saloni e società che organizzano eventi

Emilia-Romagna/2
Budget da 20 milioni

Natascia Ronchetti

Dopo aver raggiunto con un anno di anticipo gli obiettivi fissati dal precedente piano industriale, Fiere di Parma mette in cantiere un investimento di 20 milioni di euro per crescere attraverso l'acquisizione di altri saloni e di società che organizzano eventi fieristici. «I settori che abbiamo individuato sono quelli che si inseriscono nella galassia della nostra storica offerta, dal food & beverage all'outdoor per arrivare a tutto ciò che ruota intorno alla meccanica al servizio dell'industria alimentare», dice Antonio Cellie, amministratore delegato della società emiliana.

Al piano di acquisizioni si accompagna un radicale restyling in ottica green del quartiere fieristico, con un investimento di altri venti milioni sui 400mila metri quadrati attualmente occupati. Restyling complessivo che riguarderà i parcheggi – saranno trasformati in boulevard – e gli spazi interni di raccordo tra i vari padiglioni e che a regime porterà la superficie espositiva a 170mila metri quadrati coperti. Due operazioni concepite per consolidare la leadership internazionale nel campo del food – con Cibus, TuttoFood e Cibus Tec, salone quest'ultimo dedicato alle tecnologie per l'industria alimentare –, in quello dell'antiquariato e del collezionismo – a partire da Mercanteinfiera – e in quello dell'outdoor, rappresentato dal Salone

del Camper. Ma anche per allargare il raggio d'azione e rafforzare il profilo internazionale della proposta della società, che già può fare leva su partnership come quella – per Cibus Tec – con la tedesca Koelnmesse (Fiere di Colonia): collaborazione che schiera anche saloni gemelli come le vetrine, che si tengono in Germania, di Anuga Foodtec e Prosweet Cologne. «Abbiamo già individuato alcune società che promuovono eventi ad alto potenziale di sviluppo che possono integrare al meglio la nostra offerta», prosegue Cellie.

La società si prepara a chiudere il biennio 2023-2024 con oltre 80 milioni di euro di fatturato, un margine operativo lordo di 27 milioni e una posizione finanziaria netta positiva di 25. Risultati ottenuti anche grazie alla Digital business area, che ormai rappresenta una quota stabile e crescente di ricavi e margini, e che annovera società leader nel marketing digitale per le aziende del food come Aicod, e Antico Antico, il più importante portale di e-commerce di antiquariato in Italia, a supporto di Mercanteinfiera, manifestazione con due appuntamenti annuali. L'offerta combinata di Cibus-Parma, salone dell'agroalimentare made in Italy, e TuttoFood-Milano, nuova piattaforma globale del Food&Beverage, sarà il focus di Fiere Parma nei prossimi 5 anni, insieme a Cibus Tec, Mercanteinfiera e un Salone del Camper sempre più allargato settorialmente. Eventi che costituiscono il motore di Fiere di Parma, al quale si affiancano vetrine di tendenza come Mia Milano e nuovi format come Cibus Forum.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

