

**LE STRATEGIE/2**

# Oltre l'arte e il cibo Parma va alla carica con acquisizioni e partnership

**F**iere di Parma punta a rafforzare la sua posizione attraverso nuove operazioni di mercato, il lancio di format inediti e partnership con gli operatori del settore. «Il piano industriale 2025-2029 ha messo a budget 20 milioni di investimenti per il quartiere e altri 30 milioni per acquisizioni e nuove manifestazioni. Il tutto senza ricorso al debito e con il mantenimento di una posizione finanziaria netta positiva, tra i 20 e i 30 milioni nell'arco del piano, grazie ai circa 14 milioni di Ebitda generati ogni anno e ai 30 milioni di free cash di cui la società dispone», spiega Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma.

Tra i progetti già programmati figurano «il miglioramento della viabilità da e per il quartiere, l'ampliamento a sud con nuovi parcheggi e una serie di interventi pensati per rendere l'esperienza di visita molto più gradevole, dalle oasi verdi con piccoli laghi artificiali, ai nuovi "boulevard", fino al verde verticale sui padiglioni», prosegue Cellie.

Sul fronte della crescita per vie esterne, il focus rimane il food & beverage, comparto presidiato con Cibus, la manifestazione organizzata con Federalimentare, e Tuttofood. «Nel 2025 proporremo ai soci l'ingresso nel capitale di Roma Bar Show con una quota di maggioranza, un'operazione che ci permetterà di ampliare la presenza nel beverage e nel bartending dopo l'acquisizione di Mixology Experience — dice l'amministratore delegato —. In questo modo integreremo l'offerta di Cibus e Tuttofood, rendendo ancora di più il nostro portafoglio eventi un punto di riferimento per il settore. Ci guardiamo intorno in cerca di nuove opportunità, sia in Italia sia all'estero, dove possiamo contare sull'accordo con il gruppo tedesco Koelnmesse».

## Guardarsi intorno

L'altra area di attenzione per le iniziative di M&a è il meccano-alimentare, che vedrà nel

2026 il debutto di Labotec, evento dedicato alle attrezzature di laboratorio nei settori alimentare, chimico e farmaceutico, durante la seconda edizione di Cibus Tec Forum. Nel segmento «plein air» il piano prevede la costituzione di una joint venture con due organizzatori nazionali per il lancio di un evento proprietario dedicato al mondo delle biciclette e all'outdoor. Questa iniziativa amplierà l'offerta del Salone del Camper. Novità in arrivo sul fronte dell'antiquariato, settore in cui il gruppo opera già con Mercanteinfiera, Mia Photo Fair, Gotha, Automotoretrò e il portale AnticoAntico. «GreenItaly, salone dedicato al florovivaismo, debutterà quest'anno in concomitanza con Mercanteinfiera per ampliare l'offerta dall'interior al landscape design», illustra Cellie.

Sempre nel 2025 vedrà la luce Carpparma, il salone che segna l'ingresso del gruppo nel mercato della pesca sportiva, settore che genera un indotto di circa 3 miliardi di euro. Infine, Fiere di Parma vuole accelerare il percorso di internazionalizzazione. «Vogliamo trasformare i nostri eventi in hub globali per il settore alimentare e tecnologico e aumentare il numero di espositori esteri, a partire da quelli di Tuttofood, che dal 10% del recente passato arriverà quest'anno a oltre il 20% e a quasi il 40% nel 2026», conclude Cellie.

**A. Sal.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Fiere di Parma** Il ceo, Antonio Cellie

