

EMILIA-ROMAGNA/2 MODELLO IBRIDO

Non solo food: nel futuro di Parma spazio anche a camper e antiquariato

Natascia Ronchetti

Il food, con l'ammiraglia Cibus, e tutto il mondo che ruota intorno alle tecnologie innovative al servizio del settore agroalimentare, con Cibus Tec, restano il core business. Ma è sulla diversificazione dell'attività, sulle alleanze, sull'internazionalizzazione, che si sono giocate e (e si giocano) le prospettive di sviluppo di Fiere di Parma. Un caso di successo. La società fieristica emiliana, con un Ebitda previsto nel 2022 di 9,5 milioni, progetta nuove acquisizioni e partnership partendo da una forte solidità sul piano economico e patrimoniale.

«I settori su cui stiamo lavorando – spiega l'amministratore delegato Antonio Cellie - vanno dal food, sempre in un'ottica di valorizzazione delle filiere made in Italy e della definitiva cadenza annuale di Cibus, al meccano-alimentare. Senza tralasciare antiquariato e collezionismo, turismo e settore dello sport e dell'outdoor. Ci concentriamo non solo sugli appuntamenti fieristici ma anche su altri tipi di eventi, come festival culturali e musicali». L'alleanza con la Fiera di Colonia, unico caso di una joint-venture paritetica tra una società fieristica italiana e una tedesca, è già ampiamente rodata e ha portato al rilancio di Cibus Tec, ormai stabilmente collocata al secondo posto in Europa per il food processing & packaging, dopo la tedesca Anuga Food Tec. Mentre Cibus, salone di riferimento per l'industria alimentare, continua a confermare la propria leadership in Italia. Ma negli anni Fiere di Parma ha anche saputo consolidare i risultati nell'antiquariato, con Mercanteinfiera (tra i più importanti eventi del settore su scala europea), e nell'outdoor, con il Salone del Camper. Questo anche attraverso l'investimento sul digitale, iniziato nel 2017, con l'acquisizione della web agency Aicod e, nel campo dell'antiquariato, di AnticoAntico, piattaforma online dedicata al settore.

«Una diversificazione che oggi genera quasi il 20% del margine operativo lordo - prosegue Cellie – e che ha contribuito all'evoluzione del nostro modello di business, sempre più ibrido». Una strategia di crescita iniziata dodici anni fa e destinata a proseguire con il piano industriale 2022-2030, con il quale il gruppo fieristico punta a raddoppiare il fatturato, portandolo a 70 milioni con un Ebitda medio di oltre 11 milioni. L'operazione di restyling effettuata nel 2010, quando Credit Agricole – l'istituto bancario è uno dei soci, insieme alla locale Camera di commercio e all'Unione parmense degli industriali, che detengono la quota maggioritaria della società – ha posto le basi per sostenere l'espansione. Oggi, con una superficie totale di quasi 400mila metri quadrati, dei quali 145mila coperti,

Fiera di Parma dispone anche di un impianto fotovoltaico da 7,3 MW che garantisce non solo l'autosufficienza energetica ma anche una produzione di energia pulita fonte di ricavi extra.

© RIPRODUZIONE RISERVATA