

## QUI BOLOGNA

Il quartiere felsineo  
apre alla diversificazione

Andrea Lanzarini – pag. 47

Bologna diversifica  
con eventi e sport

La Fiera vuole realizzare un padiglione da 4-5mila posti nell'arco di 4 anni

## Le linee di sviluppo

«Ci concentreremo all'estero dove siamo più forti – dice il presidente di Fiera Bologna, Duccio Campagnoli (nella foto) – come la cosmetica. Oggi Cosmprof è a Hong Kong e a Las Vegas; puntiamo su Brasile, Cina e ancora Usa»

PAGINA A CURA DI

Andrea Lanzarini

**D**a pochi giorni a Bologna ha chiuso il JamBo, un weekend all'insegna dei live di dj internazionali e delle esibizioni di icone dell'urban dance, del motocross, dello skateboard e del wakeboard (snowboard-sci nautico). «Dobbiamo diventare, sul modello delle grandi fiere estere, una exhibition industry – dice Duccio Campagnoli, presidente di Bologna Fiere – una realtà che, oltre a essere una piattaforma di servizi per il manifatturiero, capace di portare all'estero le sue eccellenze fieristiche, sia anche un luogo per importanti appuntamenti culturali».

Per il presidente, la Fiera deve "ispirarsi" ai concorrenti esteri anche nel dar vita a workshop per le imprese. Un'evoluzione in parte già in essere: il Saie, per esempio, si candida a laboratorio dove, con le principali università italiane e i consigli nazionali di ingegneri e architetti, si tracciano gli scenari del costruire sicuro e sostenibile. E così anche il Sana che, in vista dell'Expo 2015, avvierà una riflessione agronomica sulle produzioni biologiche e a chilometro zero. Per dare gambe a questa intuizione, però, è sempre più necessario il padiglione polifunzionale da 4-5mila posti. «È previsto nel nostro piano industriale – spiega Campagnoli – e contiamo di realizzarlo nei prossimi quattro anni. Dobbiamo fare un salto qualitativo, altrimenti perderemo terreno a vantaggio dei competitor esteri. Per questo, sentiamo il bisogno di una politica seria anche per il nostro settore. Fare investimenti, come il padiglione polifunzionale, in un momento in cui crescono i costi esterni e in cui l'economia non riparte, è difficilissimo». Nel 2012 la Fiera ha pagato 400mila euro in più di Imu. «Avremmo chiu-

so un bilancio con un utile maggiore dell'anno scorso – dice il numero uno di Bologna Fiere – se non ci fossero stati questi aumenti e se non avessimo dovuto svalutare, per 1,8 milioni, la partecipazione in BF parking, la società titolare della realizzazione in project financing del parcheggio Michelino: purtroppo, rispetto al progetto iniziale, quest'operazione sconta maggiori costi e le modifiche alla mobilità dell'area. Contiamo, pertanto, che il Comune accetti di rivedere i termini della concessione». Gli effetti sono visibili sul bilancio: 1,3 milioni di perdite, Ebitda di Gruppo a 17,8 milioni e un fatturato (ancora di Gruppo) volato a 114 milioni, dei quali l'80% frutto di manifestazioni di proprietà o realizzate in partnership, anche per effetto del consolidamento delle attività all'estero. «Ma la crescita di fatturato del gruppo – prosegue Campagnoli – non è imputabile al solo consolidamento, operazione che ci è costata tanto lavoro e che oggi ci dà più voce nelle scelte manageriali delle partecipate. Sono cresciuti, infatti, i ricavi delle manifestazioni organizzate oltre confine: +12% a Hong Kong, +4% negli Usa e +3% in Russia». Il traino dell'estero è evidente anche sui primi dati 2013, con tutte le manifestazioni principali, Cosmoprof e Autopromotec, che registrano aumenti di espositori e visitatori tra il 5 e il 10% nella sola componente estera.

Già leader in Italia sul fronte dell'internazionalizzazione, le Due Torri puntano a consolidare il primato. «Concentreremo lo sviluppo dove siamo più forti, come la cosmetica. Oggi organizziamo il Cosmprof a Hong Kong e a Las Vegas; nel prossimo biennio punteremo al Brasile, alla Cina e ad altre piazze negli Usa. Ma non solo: ci proponiamo come partner agli organizzatori di Cersaie, Autopromotec ed Eima, così da mettere assieme risorse e know-how per nuove e più forti iniziative all'estero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La «sorpresa» Jambo. Bologna ha appena chiuso la fiera-evento con dj, urban dance e sport acrobatici