

Dossier Emilia-Romagna

Fiere di contare

I tre poli fieristici di Bologna, Parma e Rimini producono insieme un fatturato sui 215 milioni di euro: un volano fondamentale per l'economia regionale, a partire dal turismo. Il futuro? Potenziare le sinergie

di **Gloria Riva**

GIUNCO È UN'APPLICAZIONE per smartphone in grado di leggere codici a barre e soccorrere il riciclatore in panne di fronte a dubbi su dove sia corretto buttare un rifiuto. Plumestar è una neonata società che produce antibiotici e chemioterapici per inalazione: meno invasivi di quelli tradizionali ma altrettanto efficaci. Fanno parte delle 40 start up nate lungo la via Emilia, in vetrina in questi giorni a Bologna alla decima edizione di R2B, Research to Business, mostra dedicata all'alta tecnologia e organizzata dalla Regione insieme a Smau - il salone della tecnologia - e Aster, consorzio per l'innovazione. Imprenditori italiani e stranieri girano fra i padiglioni di questa fiera per stringere partnership e adottare idee già incubate in piccolissime società, università, centri di ricerca e nei 50 laboratori del territorio. In Riviera, nel frattempo, si tenta di smaltire l'acido lattico accumulato dopo 4 giorni di fitness intenso alla Rimini Wellness, evento clou della forma fisica che ogni anno ospita 300 mila visitatori da tutto il mondo e ormai coinvolge l'intera riviera adriatica, ribattezzata "Wellness Valley", focalizzata su sport e benessere. A Parma invece il fiore all'occhiello è Cibus, mega kermesse dedicata all'alimentazione declinata in tutte le sue forme (dal mangiare con gusto alle tecnologie alimentari), ora anche esportata in Oriente.

Settoriali, fortemente legati alle competenze locali e con una spiccata propensione all'internazionalizzazione, i tre poli fieristici di Bologna, Parma e Rimini producono insieme un fatturato che si aggira

attorno ai 215 milioni di euro, in netta crescita rispetto ai 153 milioni del 2013, e sono un volano importantissimo per l'economia locale, a partire dal turismo. Bologna Fiere, che da sola vale 119,5 milioni di euro di ricavi, crea un indotto da 600 milioni di euro: che i visitatori spendono fra tortellini, parmigiano e prosciutti, stanze d'albergo, ingressi ai musei e shopping post-stand. «Oggi tutti dicono che l'Expo a Milano porta un sacco di turisti, ma è la scoperta dell'acqua calda: da tempo le fiere di settore sostengono il turismo locale, perché attraggono sempre più stranieri», racconta Duccio Campagnoli, presidente del polo fieristico di Bologna. Che tuttavia soffre un poco la concorrenza di Milano e Ginevra. La prima le ha soffiato Linea Pelle, dedicata alla



pelletteria italiana, mentre Ginevra con il Salone dell'auto mette in ombra il Motor Show.

Bologna Fiere ha comunque di che rallegrarsi. Nel 2014 gli affari sono cresciuti del 5 per cento rispetto al 2012, confermando la città secondo polo fieristico d'Italia (subito dietro Milano), fra i primi nove al mondo e pioniera dello sdoppiamento all'estero attraverso l'acquisizione di partecipazioni nelle strutture espositive di Shanghai, Hong Kong e Las Vegas. A lanciare la tendenza all'internazionalizzazione è stato il Cosmoprof Worldwide, kermesse nata appunto a Bologna 48 anni fa, da 20 anni replicata a Hong Kong, da 13 a Las Vegas e recentemente esportata anche a New York. Per chi si occupa di estetica e bellezza è un appuntamento imperdibile perché l'evento bolognese detta colori, stili e make up ai 150 paesi che si accalcano per accaparrarsi uno stand in Emilia.

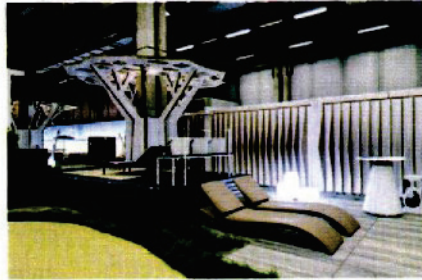
Fra mostre artistiche ed eventi in centro città, strizza l'occhio alla formula meneghina del "Fuori Salone", tipica del Salone del Mobile, un altro grande evento di Bologna Fiere, il Cersaie, esposizione universale della ceramica che si svolge a cavallo tra settembre e ottobre. Ha circa mille espositori, un terzo dall'estero, e centomila visitatori, di cui metà stranieri, per lo più europei e asiatici. La manifestazione è organizzata dalla Confindustria della Ceramica e il presidente, Vittorio Borelli, la paragona a una sfilata di moda: «Il polo più importante nel mondo per la produzione della ceramica sta qui, fra Sassuolo e Faenza. Una volta l'anno, invitiamo tutti i competitor da noi per mostrare le novità e le innovazioni tecnologiche: cotto, marmo, lastre da pavimento lunghe metri, siamo noi a stabilire cosa sarà di tendenza l'anno successivo». A Bologna non sono da meno la Fiera del libro per ragazzi, la più importante al mondo con 1.200 espositori di cui il 90 per cento stranieri, e Sana, l'evento principe per chi si occupa di biologico, che in questi mesi è migrato a Milano, a Expo 2015, per collaborare alla creazione del Parco della Biodiversità.

All'esposizione internazionale c'è anche la biennale Cibus, evento record di Fiere di Parma che nell'edizione 2014 ha accolto 2.700 imprenditori del made in Italy e 67 mila visitatori, con "Cibus è Italia", il padiglione Expo di Federalimentare che ospita 420 aziende di 15 filiere alimentari italiane per narrare l'eccellenza alimentare. Fiere di Parma, affiancate da Anuga, omologo evento espositivo di Colonia, hanno esportato la formula Cibus anche al World of Food di Pechino, al Thaifex di Bangkok, presto in Sudafrica e dall'8

Tutti i numeri del comparto

	RIMINI FIERA	BOLOGNA FIERE	FIERE DI PARMA
FATTURATO	67,5 milioni	119,5 milioni	37,9 milioni
ESPOSITORI	7.531	13.800	9.200
VISITATORI	1.848.785	1.400.000	400.000

Dati 2014. Fonti Rimini Fiera, Bologna Fiere, Fiere di Parma



Un padiglione del bolognese Cersaie, salone internazionale della ceramica (a fine settembre). A lato: Rimini Fiera

all'11 giugno a Chicago per promuovere il made in Italy alimentare al di là dell'Oceano. «L'alimentare e il meccano-alimentare sono indubbiamente i nostri punti di forza», dice Marcella Pedroni, responsabile affari generali di Fiere Parma, «ma qui c'è anche Mecspe, fiera di riferimento per l'industria manifatturiera, che punta sulla robotica. Nell'ultimo periodo si è anche concretizzato il processo di internazionalizzazione di Mercanteinfiera, dedicata all'antiquariato. La porteremo negli Usa». Progetti che, secondo Palma Costi, assessore alle Attività Produttive

della Regione, potrebbero essere più efficaci se i tre poli fieristici, capaci di accogliere il 23 per cento delle manifestazioni nazionali, facessero squadra. Ecco perché l'assessore sta mettendo a punto una piattaforma fieristica regionale per mettere in rete le eccellenze di Bologna, Parma e Rimini: «Le fiere sono uno strumento per rafforzare l'internazionalizzazione del sistema produttivo nei settori chiave: meccanica, alimentare e wellness. Un mondo di consumatori in crescita vuole comprare prodotti made in Emilia Romagna».

Ne è ben consapevole Lorenzo Cagnoni, presidente di Rimini Fiera. È riuscito a far crescere il fatturato del 6,9 per cento (a 67,5 milioni nel 2014) puntando sull'internazionalizzazione. Così il Sigep, salone della gelateria e pasticceria artigianale, capace di accogliere 200 mila visitatori professionali, sempre sold out mesi prima dell'apertura, ha portato all'estero il Gelato World Tour, competizione itinerante fra i più bravi maestri gelatai dei 5 continenti. Altro pezzo forte della Riviera è Ecomondo, fiera delle tecnologie utili alla salvaguardia dell'ambiente, che ha conquistato eventi paralleli in Sudafrica e Brasile. A Rimini è grande l'attenzione anche a meeting e congressi: al Palas, il Palacongressi, è un via vai di esperti, dai 10 mila geologi della European Mineralogy Conference attesi nel 2016 ai 5 mila illusionisti di mezzo mondo che si sono dati appuntamento qui dal 6 all'11 luglio per il Campionato del mondo di Magia, organizzato per la prima volta in Italia dal mago torinese Walter Rolfo. Entrato nel Guinness dei primati per il più alto numero di conigli estratti da un cappello: 300 in 35 minuti. ■