

# LA LEVA DEL CAPITALE PER ACCELERARE LO SVILUPPO

06901

06901

**Grazie al rafforzamento patrimoniale da 105 milioni di euro, BolognaFiere è pronta per spiccare il salto. L'obiettivo è spingere sull'acceleratore dello sviluppo e consolidare la leadership in Italia e all'estero**

di Marina Marinetti

**È UNO DEI PRINCIPALI OPERATORI FIERISTICI INTERNAZIONALI, IL PRIMO AD APRIRE UNA PROPRIA SEDE IN CINA DOVE ORA PUÒ CONTARE SU UNA SOCIETÀ CON 50 DIPENDENTI. INNOVAZIONE E DIVERSIFICAZIONE SONO I PRINCIPALI INGREDIENTI DEL SUO SUCCESSO.** Con un portfolio espositivo di oltre cento manifestazioni all'anno organizzate in Italia e nel mondo, dall'Asia agli Stati Uniti, è il primo gruppo italiano per quota di fatturato ed eventi all'estero. È leader mondiale nel settore della cosmetica con il brand Cosmoprof e sul podio italiano negli allestimenti con il marchio Henoto. Con questa carta d'identità, sta per spiccare il salto con un rafforzamento patrimoniale da 105 milioni di euro e, all'orizzonte, la quotazione in Borsa. «Il Gruppo è pronto a crescere come mai è avvenuto in passato. L'operazione di rafforzamento e la possi-

bilità di disporre di significative risorse finanziarie ci consentiranno di spingere sull'acceleratore dello sviluppo e consolidare la nostra leadership», spiega a Economy il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari. «Le scelte che abbiamo compiuto ci proiettano nel mondo e ci consentono di rafforzare il nostro posizionamento internazionale», dice.

**Andiamo con ordine. BolognaFiere è al centro di un'operazione strategica che si regge su tre gambe. La prima è l'aumento del capitale sociale in denaro. Come hanno risposto i soci?**

L'aumento di capitale approvato e raggiunto è un fatto senza precedenti per Bolo-

gnaFiere e anche nel panorama nazionale. L'aumento è stato sottoscritto da un'ampia maggioranza di soci pubblici e privati, che hanno confermato così la fiducia nella società e nel gruppo dirigente che la guida. Il capitale sottoscritto ha superato i 18 milioni di euro, un obiettivo davvero ambizioso e un altro importante passo per continuare ad investire e portare a compimento il piano di sviluppo che abbiamo condiviso con i soci.

**BOLOGNAFIERE È STATO IL PRIMO OPERATORE AD APRIRE UNA PROPRIA SEDE IN CINA, DOVE PUÒ CONTARE SU UNA SOCIETÀ CON 50 DIPENDENTI**

**Poi c'è il conferimento di beni immobili.**

Esatto. La seconda azione prevede che a

questa liquidità si aggiungano i conferimenti in natura apportati da Comune di Bologna e Camera di Commercio di Bologna per un importo massimo di 60 milioni di euro. Significa che BolognaFiere diventa proprietaria di tutta l'area sulla quale esercita la sua attività e di importanti pezzi di città al centro di profondi cambiamenti di cui ora siamo anche noi protagonisti. Questo ci permette di ampliare e innovare il quartiere fieristico, che è già tra quelli più all'avanguardia in Italia, di diversificare la nostra attività, di sviluppare il business degli allestimenti e dell'offerta digitale.

**Infine, l'emissione di un prestito obbligazionario di 25 milioni, convertibile in azioni ordinarie della società, riservato al Gruppo Informa.**

L'emissione del prestito obbligazionario rende ancora più stretto il rapporto

Calzolari a Cosmoprof, evento leader mondiale nella cosmetica





## **CON LE NUOVE RISORSE BOLOGNAFIERE È DETERMINATA A CRESCERE COME MAI IN PASSATO**

con Informa, leader mondiale nel nostro settore e già partner di BolognaFiere nel mercato della bellezza. La nostra sinergia è infatti già stata avviata a Hong Kong, in Thailandia e in India con Cosmoprof Asia. Questa scelta proietta la Fiera di Bologna nel mondo e accelera in modo significativo l'internazionalizzazione del nostro gruppo.

### **Perché proprio Informa?**

Informa è il primo operatore al mondo nel settore degli eventi fieristici B2B e dei servizi digitali ed è già nostro socio in Asia. Abbiamo deciso di consolidare questo rapporto anche perché Informa non investe per speculare sul valore dell'azione ma per condividere piani di crescita del business. Quindi è una contaminazione positiva. Credo che sia sempre utile la contaminazione coi migliori, o comunque con operatori di primo livello, perché consente di scambiare competenze e approcci procedurali che arricchiscono e fanno crescere.

**BolognaFiere opera in 3 continenti (Europa, Asia e America), organizza eventi espositivi in 12 Paesi del mondo e in 10**



### **è direttamente presente, con sedi proprie in 16 città. Non sarà un po' troppo?**

Non è mai troppo quando si cresce e si rappresenta un volano per lo sviluppo del territorio e per l'internazionalizzazione del made in Italy nel mondo: è ciò che fa il gruppo BolognaFiere. Il nostro lavoro di scouting ha trovato spazi dove ora l'Italia fieristica siamo noi, siamo l'operatore fieristico che organizza fiere italiane nel mondo ed è un ruolo che vogliamo mantenere anche come leadership. Altri non hanno questa dimensione internazionale, noi sì, anche grazie alla strategia della diversificazione, per esempio con gli allestimenti. La nostra società Henoto è leader negli allestimenti all'estero: significa che varchiamo i confini con un prodotto italiano e portiamo il nostro saper fare nel mondo.

### **Torniamo in Italia e a Bologna: qual è il ruolo della fiera nel contesto nazionale e locale?**

La fiera è lo strumento di supporto fondamentale per i distretti produttivi del Paese. Faccio solo qualche esempio: a novembre abbiamo chiuso Eima, un appuntamento di importanza strategica per tutta la filiera dell'agromeccanica che dà il meglio di sé e qui a Bologna si presenta al mondo. Così come

accade ogni mese di settembre, da oltre trent'anni, quando si riunisce a Sana tutto il mondo del biologico e del naturale, grazie a un'antica intuizione proprio della fiera di Bologna quando di ambiente e sostenibilità non parlava ancora nessuno. E ancora, la manifestazione che apre il calendario fieristico, Marca by BolognaFiere, l'unica fiera italiana sulla private label, il luogo dove le grandi insegne della distribuzione moderna si mettono in mostra e scelgono la qualità del food e non food italiano. Siamo un supporto fondamentale, dunque, e tra le ragioni c'è anche il luogo in cui operiamo, Bologna: una città al centro dell'Europa, che ha una naturale attrattiva geografica e logistica unica in Italia. La fiera non è solo il luogo in cui occasionalmente si riversano persone, ma un pezzo di città che la città stessa e i suoi cittadini vivono. La crescita della fiera è una leva primaria di sviluppo anche per la città di Bologna. Negli ultimi cinque anni il quartiere fieristico ha cambiato volto: abbiamo investito per dare ai nostri operatori e alla città un livello di strutture e infrastrutture all'avanguardia. Ora, con i terreni che verranno conferiti alla fiera, saremo parte attiva del progetto del Comune di realizzare nel nostro quadrante urbanistico l'area della conoscenza.