

LE MATRICOLE DI FINE ANNO BOLOGNAFIERE CON LA BORSA SI VA IN AMERICA

L'ente emiliano debutta in Piazza Affari. «Cresceremo negli Usa, in Cina, in India»: i piani del nuovo ceo Bruzzone

di **ALESSANDRA PUATO**

Chiusura d'anno in bellezza, è il caso di dirlo. Con la raccolta di circa 40 milioni attesi dalla prossima quotazione BolognaFiere, l'ente del Cosmoprof, intende espandersi in patria e all'estero. «Useremo quel denaro per proseguire l'ampliamento e la riqualificazione del quartiere fieristico, oltre che per operazioni internazionali in India e Cina — dice Antonio Bruzzone, che con il debutto in Borsa della società diventa amministratore delegato, da direttore generale —. Contiamo di acquisire nuove manifestazioni entro il 2024». Per l'ente controllato dal Comune di Bologna, che ha già 150 dipendenti fuori dall'Italia su circa 700, significa consolidare il primato tra le fiere italiane con mercato internazionale e rafforzare l'economia del territorio.

La quotazione

BolognaFiere andrà in Borsa mercoledì 20 dicembre, a ridosso del Natale. È la 34esima matricola del 2023 in Piazza Affari (quattro sul listino principale). Il collocamento è sull'Euronext Growth Milano, il listino per gli investitori professionali dedicato alle piccole e medie imprese, con azioni offerte ai soci in opzione a 1,25 euro. Approvato dagli azionisti all'unanimità il 13 novembre, lo sbarco è in aumento di capitale: 15 milioni, ai quali si sommano i 25 milioni del prestito convertibile del gruppo Informa. La società di eventi fieristici e servizi digitali quotata in Uk, presente nell'indice Ftse 100, diventa azionista. Da qui i 40 milioni d'incasso, se l'adesione di Informa sarà completa.

Oggi il Comune di Bologna ha il 27,89% di BolognaFiere, seguito dalla Camera di

Commercio di Bologna al 19,35%, dalla Regione Emilia Romagna all'8,91%, dalla Città metropolitana di Bologna al 9,10% e da GI Events Italia al 5,09%. Il resto è di altri esponenti locali come Confindustria, Confartigianato, Bper, l'Ance. «Dopo la quotazione i soci pubblici resteranno in maggioranza con il 54%, Informa avrà il 13% e GI Events scenderà al 4%», dice Bruzzone, che in giugno è stato confermato vicepresidente per l'Europa di Ufi, l'associazione mondiale dell'industria fieristica.

Oltre ai saloni della cosmetica con Cosmoprof, BolognaFiere gestisce tra l'altro quelli del private label con Marca, del confezionamento di cosmetici con Cosmopack, dei prodotti per animali con Zoomark. Sarà il terzo ente fieristico in Borsa, dopo Fiera Milano e Ieg (Vicenzaoro), quotati sul listino principale. In sei mesi un titolo ha guadagnato il 4,3%, l'altro il 21%. Il passaggio successivo possibile per l'ente emiliano è proprio l'Euronext Milan. «Ci quotiamo per raccogliere liquidità, avere più visibilità all'estero e intercettare nuovi mercati — dice Bruzzone —. Abbiamo le caratteristiche per andare sul primo mercato. L'Euronext Growth ci permette di avere un approccio cauto al mondo dei capitali, essere poco volatili».

Con oltre 100 appuntamenti in Italia e all'estero, di cui la metà nella città delle due torri, BolognaFiere si attende quest'anno ricavi in crescita, dai 209 del 2022 (per circa il 15% dall'estero): sono più che raddoppiati in otto anni. Il traguardo è il pareggio di bilancio e un margine operativo lordo

in aumento dal 13% de 2022. «Ci concentriamo sulla marginalità», dice Bruzzone.

Gli stand

Anche perciò prosegue il potenziamento negli allestimenti, dopo che la controllata Henoto nell'ultimo anno ha rilevato il controllo di Tecnolegno e Fontemaggi: «Ci attendiamo da quest'attività poco meno del 50% del giro d'affari complessivo».

Le leve estere sono, per ora, gli Stati Uniti e la Cina. Negli Usa sono sei gli appuntamenti previsti nel 2024. Verrà inaugurato in gennaio il secondo Cosmoprof, dopo Las Vegas. «E con il marchio Beauty Premiere gestiremo Orlando, Los Angeles, San Antonio e Columbus». In Cina («60 dipendenti a tempo indeterminato»), gli eventi saranno quattro: oltre a Cosmoprof Hong Kong anche South China Beauty Expo a Guangzhou, la Fiera del libro per ragazzi a Shanghai e Marca China a Shenzhen, sul private label. In India, poi, c'è Cosmoprof Mumbai: si studiano acquisti.

Intanto in Italia si rafforza la «cittadella dell'intrattenimento» nel quartiere fieristico, con il patrimonio immobiliare di BolognaFiere che comprende un'arena coperta, una esterna e un teatro. E le imprese? «La partecipazione alle fiere dopo la pandemia non è più considerata una spesa tagliabile, ma un investimento. Sono ottimista, con prudenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Espansione
Antonio Bruzzone,
neo amministratore
delegato
di BolognaFiere