

Alimentare, meccanica e arte nel mirino, 70 milioni di ricavi nel 2027

Fiere di Parma rilancia: più spazi e acquisizioni

di **ANDREA SALVADORI**

Dopo un 2025 chiuso con ricavi superiori a 55 milioni di euro, un Ebitda oltre i 14 milioni e 35 milioni di liquidità disponibile per nuovi investimenti, Fiere di Parma punta sulla nuova fase di crescita facendo leva su quattro direttrici: potenziamento delle infrastrutture, acquisizioni mirate internazionalizzazione delle manifestazioni e sviluppo di servizi digitali basati sull'intelligenza artificiale.

«I risultati record del 2025 non sono un punto di arrivo, ma uno stimolo a insistere su questa traiettoria», spiega l'amministratore delegato Antonio Cellie. Il primo fronte riguarda l'espansione del quartiere fieristico. Fiere di Parma ha già deliberato l'acquisizione di oltre 200 mila mq di aree a est e a sud del polo espositivo, «un'operazione che consentirà di arrivare a quasi 600 mila mq di proprietà, diventando il secondo quartiere fieristico italiano per estensione dopo Milano», dice Cellie.

Procede il progetto di riqualificazione ambientale. «Stiamo ripensando il paesaggio del quartiere — spiega il manager —, trasformando gli spazi esterni con boulevard alberati, rivestendo i padiglioni con rampicanti anche per contenere le crescenti temperature, creando nuove "oasi" di sosta per i visitatori e contribuendo alla realizzazione del tratto più significativo del Kilometro Verde sul fronte autostradale». Previsto anche un nuovo padiglione multifunzionale da 17 mila metri quadrati. «Oggi abbiamo liste d'attesa per Cibus ed eventi corporate che non riusciamo a soddisfare. Il nuovo padiglione, il PalaVerdi 2, servirà ad assorbire questa domanda oggi insoddisfatta», rimarca Cellie.

La crescita passerà attraverso nuove acquisizioni. Le operazioni allo studio riguardano tre aree. La prima è quella alimentare e della meccanica alimentare. «In Italia stiamo lavorando soprattutto sul food service, mentre all'estero guardiamo in particolare all'Afri-

ca, dove abbiamo individuato due target e siamo in una fase avanzata di discussione», anticipa Cellie.

La seconda segnerà invece il ritorno del quartiere nel comparto della meccanica. «Abbiamo deciso di tornare a investire direttamente nel settore. Il dossier è in una fase avanzata, anche se al momento non posso fornire ulteriori dettagli». La terza riguarda il mercato dell'arte e dell'antiquariato: è vicino il closing con un importante network di eventi nel settore.

Parallelamente prosegue la strategia di internazionalizzazione, destinata a rafforzare il posizionamento dell'intero portafoglio fieristico e in particolare di TuttoFood. «L'obiettivo è aumentare la presenza di espositori e buyer stranieri e sviluppare la componente internazionale di tutte le nostre manifestazioni». Il gruppo continua ad ampliare il proprio portafoglio di eventi, oggi articolato in numerosi comparti. Accanto a manifestazioni storiche dedicate al food & beverage e alle tecnologie alimentari, l'offerta comprende appuntamenti di riferimento come Mercanteinfiera per l'arte e l'antiquariato, il Salone del Camper per il turismo plein air, Automotoretrò per i veicoli storici, Mia Photo Fair per la fotografia, oltre ai più recenti Roma Bar Show, BBQ Expo, Colloquium Dental, EOS (caccia, pesca e tiro sportivo), CarpParma e Greenitaly per il florovivaismo. Tra le manifestazioni ospitate SPS, Solids e, tra i nuovi ingressi, GIS.

Il quarto pilastro della strategia riguarda la digitalizzazione dei servizi. «Abbiamo sviluppato una piattaforma che utilizza l'intelligenza artificiale per trasformare il catalogo degli espositori in uno strumento evoluto di business matching tra domanda e offerta, valorizzando i contenuti degli espositori e garantendone la tutela della proprietà intellettuale». Sul fronte economico, il management guarda già oltre gli obiettivi del piano industriale. «Il budget 2026 prevede 18 milioni di Ebitda, ma i dati preliminari della semestrale ci fanno pensare che saremo più vicini ai 20 milioni, mentre per il 2027 resta confermato il traguardo dei 70 milioni di ricavi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alla guida

Antonio Cellie,
amministratore
delegato
di Fiere di Parma

