

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

BolognaFiere accelera ancora sulla crescita

Spinta dalle nuove infrastrutture polifunzionali, la società rafforza il proprio modello di business tra mercati esteri e grandi eventi

Luigi dell'Olio

In un mondo che va verso la concentrazione, anche i poli espositivi con valenza internazionale tendono a concentrarsi. Un quartiere di ridotte dimensioni fatica a generare efficienza. A delineare l'evoluzione del settore è Antonio Bruzzone, amministratore delegato di BolognaFiere, che analizza la dinamica strutturale in atto ed evidenzia la necessità di creare massa critica per competere sui mercati globali.

«L'approccio fin qui seguito ci ha consentito - tra le altre cose - di evidenziare grande resilienza durante i cicli negativi del mercato», aggiunge. Il riferimento è soprattutto all'area dell'Est Europa e del Golfo, funestate da conflitti bellici dei quali non si intravede la fine. «Avevamo programmato investimenti in aree fortemente penalizzate dalla situazione internazionale e la scelta è stata di accelerare altrove in attesa di tempi migliori».

BolognaFiere ha chiuso l'esercizio 2025 con un fatturato nell'ordine di 307 milioni di euro, in progresso di oltre il 20% rispetto al 2024, e per l'esercizio in corso punta a crescere ulteriormente. In un contesto generale segnato da forte incertezza geopolitica, questa solidità operativa consente alla società di non frenare il piano di ammodernamento e potenziamento delle infra-

strutture del quartiere emiliano. L'obiettivo è sviluppare spazi sempre più flessibili e polifunzionali, in grado di accogliere non solo i tradizionali appuntamenti industriali, ma anche grandi manifestazioni sportive e culturali di richiamo internazionale, capaci di garantire continuità d'uso all'area durante tutto l'arco dell'anno.

«A novembre consegneremo i lavori del nuovo padiglione polifunzionale, che verrà destinato anche a eventi esterni al nostro core business, come ad esempio le finali di Coppa Davis. A novembre consegneremo i lavori del nuovo padiglione polifunzionale, che verrà destinato anche a eventi esterni al nostro core business, come ad esempio le finali di Coppa Davis», rimarca l'ad.

L'intervento rientra in un più ampio progetto di riqualificazione edilizia e urbanistica dell'area fieristica bolognese che punta ad ampliare l'offerta espositiva e di intrattenimento attraverso strutture di ultima generazione firmate da grandi studi di architettura. «Il nostro piano di sviluppo ci spinge alla crescita, che consideriamo non come un'ambizione, ma proprio come una necessità per restare competitivi sui contesti internazionali e attrarre operatori globali».

Il comparto degli eventi espositivi sta vivendo una fase di generale ripresa dopo la pausa del periodo pandemico, anche se a fronte di

cambiamenti continui. «L'incertezza del quadro internazionale aveva spinto diversi analisti a ipotizzare un calo degli investimenti aziendali nelle fiere, ma in realtà assistiamo a una riduzione della superficie degli stand, compensata ampiamente da un incremento degli espositori. Segno evidente del valore attribuito all'incontro di persone anche in un'era come la nostra in cui il digitale è dominante», è l'analisi di Bruzzone.

Per intercettare nuove opportunità, il modello di business del gruppo punta su una doppia leva: il presidio del quartiere bolognese e l'organizzazione di appuntamenti su scala globale. Un portafoglio che oggi conta complessivamente circa cento manifestazioni organizzate tra l'Italia e i mercati esteri. L'internazionalizzazione trova un motore fondamentale nelle sinergie interne al gruppo, in particolare nell'operatività di Henoto, la subholding specializzata nei servizi di allestimento e nell'architettura espositiva. Le sue performance sui diversi scenari glo-



bali offrono una fotografia fedele delle dinamiche economiche attuali. «Anche su questo fronte continuiamo a crescere, con l'eccezione della filiale aperta nel Middle East proprio alla vigilia del conflitto», racconta Bruzzone. «In compenso, dagli Stati Uniti al Vietnam, dalla Cina all'Europa, continuiamo a guadagnare quote di mercato, portando la qualità di un'organizzazione consolidata in giro per il mondo». Tra le priorità per il prossimo futuro c'è lo sviluppo di Henoto in India.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SETTORE FIERISTICO

Uno strumento di politica industriale

Tra investimenti infrastrutturali e sviluppo estero il sistema espositivo è tra i capisaldi dell'economia

Il sistema fieristico è un caposaldo dell'economia nazionale, soprattutto in relazione alla proiezione globale delle nostre imprese. Si tratta di un'infrastruttura che, secondo le stime dell'associazione di settore Aefi, quest'anno mette in campo una potenza di fuoco da circa 900 eventi (di cui oltre 270 a rilevanza internazionale), distribuiti su 50 quartieri espositivi lungo tutta la Penisola.

Con oltre 4,2 milioni di metri quadrati di superficie complessiva, l'Italia è la quarta potenza fieristica al mondo e la seconda in Europa (dopo la Germania), forte di un patrimonio che non si limita a gestire spazi, ma che produce ricchezza misurabile per l'intero Paese.

L'impatto economico complessivo generato sui territori dall'attività espositiva sfiora i 22,5 miliar-



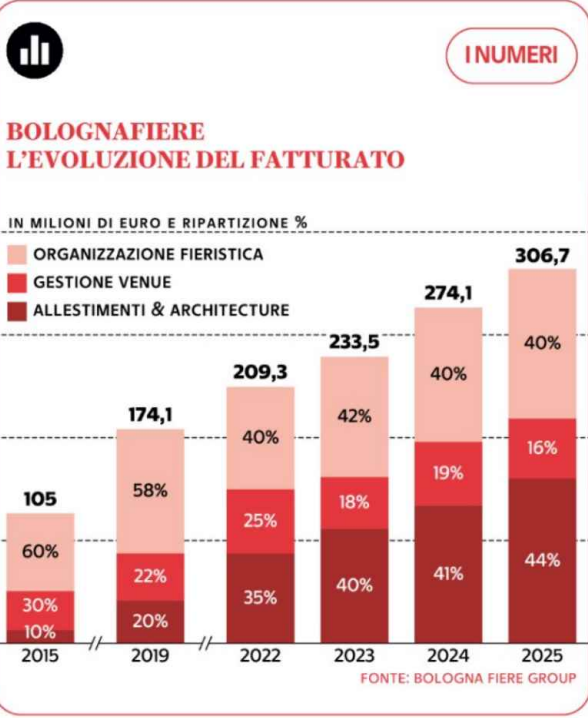
di di euro all'anno, una cifra pari a circa lo 0,7% del Pil nazionale, secondo l'analisi condotta da Prometeia per il Libro Bianco del sistema fieristico italiano. Lo studio evidenzia l'effetto moltiplicatore del settore, dato che ogni singolo euro speso dai visitatori in occasione delle manifestazioni genera un ritorno di 2,5 euro a beneficio dell'e-

conomia complessiva della Penisola. Ad avvantaggiarsene non è soltanto l'indotto turistico, dei trasporti e dei servizi, ma la produttività stessa delle aziende che scelgono la vetrina espositiva.

Le imprese che partecipano con continuità alle fiere registrano infatti tassi di crescita quasi doppi rispetto alle concorrenti che non utilizzano questo strumento di promozione.

Sotto il profilo occupazionale, l'intero ecosistema, tra impatto diretto e indotto indiretto, garantisce lavoro a oltre 203 mila addetti, sostenendo le performance delle più di 140 mila aziende partecipanti agli eventi annuali, capaci di intercettare una platea complessiva stimata in oltre 18 milioni di visitatori. Il settore è in crescita: nel 2025 la superficie venduta è aumentata del 5%, sfiorando gli 11 milioni di metri quadrati totali, con una crescita sia degli espositori complessivi, che di quelli esteri, arrivati a rappresentare un quinto del totale. — **i.d.o.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



① Il nuovo padiglione polifunzionale di BolognaFiere



ANTONIO BRUZZONE
Amministratore delegato di BolognaFiere