

Bologna si proietta nell'hi-tech

Il polo fieristico punta a diventare vetrina di innovazione industriale - Ricavi 2013 sui 113 milioni

di **Ilaria Vesentini**

Rafforzare le sinergie con la città e con il privato per valorizzare le manifestazioni nazionali, come è perfettamente riuscito nell'ultima edizione di Arte Fiera e si vuole replicare per Children's book fair e la nuova versione del Motor Show. Consolidare la leadership all'estero nei saloni specializzati, a partire dall'Asia con la cosmesi (Cosmoprof) e la concecra (Lineapelle). Accelerare la riqualificazione del quartiere Michelino per trasformarlo entro il 2018 in un polo polifunzionale dove eventi congressuali, fieristici e musicali trovano la loro location ideale. È il tris d'assi che il presidente di BolognaFiere, Duccio Campagnoli, sta giocando quest'anno, convinto però che la vera partita che Bologna può e deve giocare nel panorama espositivo internazionale sia di crocevia dell'innovazione industriale.

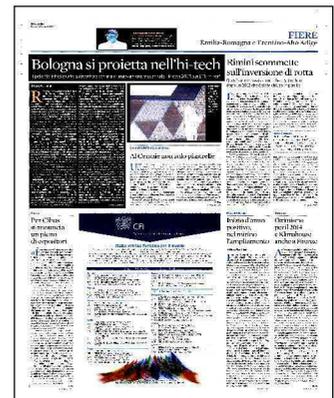
«Siamo la culla dell'eccellenza mondiale nel packaging - spiega Campagnoli - abbiamo competenze nell'hi-mech che ci vengono riconosciute in tutto il mondo, come conferma l'investimento da mezzo miliardo di Philip Morris a Bologna. Ospitiamo già il salone delle tecnologie farmaceutiche. Vicino alla fiera sorgerà il tecnopolo della rete alta tecnologia e presto nascerà anche il più grande parco gastronomico d'Italia (il progetto Fico di Caab e Eataly, ndr). Non ci manca nulla per poter ambire a diventare il forum dell'innovazione industriale alla bolognese. Ma un sogno per diventare realtà richiede l'impegno e le risorse di tutte le forze produttive del territorio».

Guarda lontano ma lavora sul presente Campagnoli, per replicare da qui a dicembre il successo di Arte Fiera, che ha chiuso lo scorso 26 gennaio una quattro giorni record: 47.500 visitatori, in crescita del 15% sull'edizione 2013, 30 milioni di euro di vendite tra gli stand e un'intera città trasformata in galleria ed eventi artistici, in simbiosi con i privati. «Un modello che vogliamo replicare per la fiera del libro e il Motorshow», annuncia il presidente, anticipando che il nuovo salone dell'auto sostenibile - in programma dal 6 al 14 dicem-

bre prossimo, organizzato dalla newco al 50% tra BolognaFiere e i francesi G1 Events - avrà al centro «il motore in tutte le sue declinazioni e il motto "we love to move" per rispondere a 360 gradi al tema della nuova mobilità per i consumatori». La mezza promessa di Luca Cordero di Montezemolo che la Ferrari parteciperà all'evento bolognese e non a quello concorrente di Milano ha ulteriormente rinfanciato la fiducia di Campagnoli in un 2014 di ripresa per i conti del quartiere, rispetto a un consuntivo 2013 «che pensiamo di chiudere attorno ai 112-113 milioni di fatturato e con un equilibrio della gestione caratteristica», prevede Campagnoli, che aspetta di vedere i risultati all'estero (consolidati dall'esercizio 2012 e pari a circa il 20% del business) e sa che la zavorra da 2,6 milioni l'anno del parcheggio multipiano peserà anche sui margini 2013.

Sono invece rosee le attese per tutti gli storici saloni specializzati di BolognaFiere - Cosmoprof con un boom di adesioni, Cersaie allargato ai materiali "concorrenti", il 50° anniversario di Saie, l'Eima del rilancio - un buon viatico per prepararsi all'appuntamento dell'esposizione universale. «In cui noi - assicura Campagnoli - giocheremo un ruolo da protagonisti sul biologico, attraverso il Sana», il salone internazionale del bio e del naturale che l'anno scorso a Bologna ha fatto il pieno di visitatori (+20%) e che per la sua 25esima edizione 2014 sarà affiancato da due nuovi eventi, Nuce e Food-Ing. «Occorre però che il sistema Italia si metta a lavorare in modo corale sull'Expo 2015, l'impressione è che ci si muova tutti in ordine sparso, senza regia», è la critica che Campagnoli muove agli organizzatori milanesi. E di fronte all'appunto che lo spirito di squadra manca anche a Bologna, dove il progetto di riqualificazione da 100 milioni di euro del distretto espositivo (con collegamenti a fiera e aeroporto) è rimasto a mezz'aria, replica: «Abbiamo condiviso in queste settimane con il Comune il nuovo progetto di centro polifunzionale fieristico e dell'entertainment, ora siamo pronti per il progetto esecutivo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

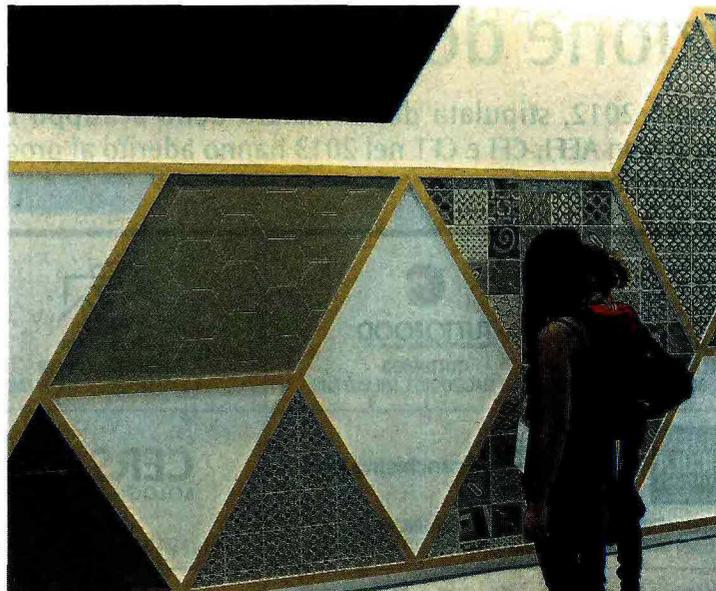




La strategia sul mercato interno

«Il successo di Arte Fiera, chiusa con un +15% di visitatori e 30 milioni di vendite di opere, è il frutto delle sinergie con la città e i privati, che vogliamo replicare anche per il Motor Show»

Duccio Campagnoli, presidente BolognaFiere



A settembre.

L'edizione 2014 del Cersaie si svolgerà a Bologna dal 22 al 26 settembre (nella foto l'edizione 2013)