

ALIMENTARE A Bologna sta per aprire i battenti il progetto Fabbrica Italiana Contadina. Eataly, le coop, il Comune, Prelios e le casse previdenziali sostengono un polo che punta a 6 milioni di visitatori

di Andrea Montanari

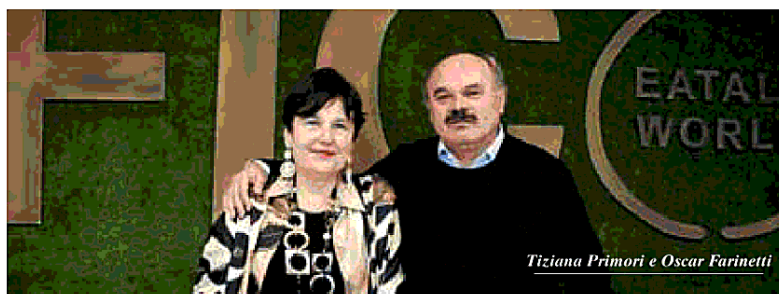
Adare il buon esempio, probabilmente, è stato il boom registrato dall'Esposizione Universale di Milano del 2015, che in sei mesi ha richiamato 21,5 milioni di visitatori. La società Expo2015 ha chiuso l'esercizio di riferimento con un patrimonio netto di 30,7 milioni. Così ora a Bologna sta per aprire i battenti (l'inaugurazione ufficiale sarà martedì 14 novembre, ma al pubblico sarà aperto mercoledì 15) il progetto Fabbrica Italiana Contadina (Fico), ossia il più grande parco agroalimentare al mondo (così si presenta formalmente) visto che si estenderà su un'area di 10 ettari (due destinati a campi coltivati e stalle) e al suo interno vedrà dislocate 40 aziende e più di 40 punti di ristorazione.

Ma cos'è e come funzionerà? È soprattutto quali numeri avrà quella che Oscar Farinetti, azionista di riferimento di Eataly e promotore del progetto, ha definito «la Disneyland del cibo»? Il progetto sorge sui terreni del Centro agro-alimentare di Bologna (Caab) e vede coinvolti non solo la catena di store che ha avviato la macchina per la quotazione a Piazza Affari, ma anche le cooperative Coop Alleanza 3.0 e Coop Reno, azioniste rispettivamente all'80 e al 20% del veicolo Fico Op, che ha il 50% della joint venture Fico Eataly World (il restante 50% è nella mani, ovviamente, di Eataly). La spinta principale, però, è del capitale pubblico: da decenni il Comune di Bologna cercava una destinazione nuova per il Caab, cercando di mantenerne la vocazione alimentare. Così all'appello oltre alle coop - Coop Alleanza 3.0 ha l'1,3% di Eataly - hanno risposto anche Prelios sgr, che gestisce il fondo Parchi Agroalimentari Italiani

Un Fico da 80 milioni



Il rendering del progetto Fabbrica Italiana Contadina che sorgerà sull'area del Caab di Bologna



Tiziana Primori e Oscar Farinetti

(Pai), le principali casse previdenziali italiane e le banche. Il tutto «per un investimento complessivo di 120 milioni, compresa la cifra destinata alla riqualificazione dell'area», specifica Andrea Cornetti, direttore generale della sgr della Bicocca. «Il fondo è riservato e ha una durata di 40 anni e ha raccolto capitali da 25 investitori istituzionali», prosegue Cornetti. «Certo, poi in futuro ci sarà la possibilità di raccogliere nuovo equity se ci dovessero essere opportunità di sviluppo, visto che la richiesta è stata nettamente superiore all'offerta». E come farà soldi, come produr-

rà ricavi un progetto che non prevede il pagamento del biglietto d'ingresso, quindi di fatto la prima fonte di entrate? «Nel business plan è previsto che a regime il giro d'affari di Fico si aggirerà sugli 80 milioni di euro su base annua», risponde Tiziana Primori, amministratore delegato di Fico Eataly World e dal 1996 dirigente all'interno della galassia Coop. «Visto che non ci sono biglietti d'ingresso, dal punto di vista economico la gestione sarà affidata ai quasi 150 imprenditori impegnati che gestiranno e renderanno redditizie le loro attività». E in fatto di margini? «Spetterà alle singo-

le realtà sviluppare il business. Noi stiamo valutando un nuovo modello di sviluppo che farà leva anche sulla connessione con il mondo scolastico, italiano ed estero e che punterà anche alla crescita del turismo». È questo l'altro elemento sul quale puntano i soci e i promotori di Fico, ma che deve poi realmente concretizzarsi. Perché i piani prevedono, a regime, un flusso di 6 milioni di visitatori, dei quali 4 milioni di turisti. Una soglia davvero notevole per un progetto che nasce a Bologna e non a Milano. Sarà poi davvero raggiungibile come traguardo? «Le rispondo che in

una città come Bologna transitano nei centri commerciali qualcosa come 4-5 milioni di persone all'anno», ribatte Primori. «Come parametro, inoltre, aggiungo che lo store Decathlon che si trova in zona viaggia proprio alla soglia dei 6 milioni di ingressi su base annua. Questo è un progetto pensato per far conoscere il territorio, non solo la città, e che è stato realizzato nella regione più importante d'Italia per quel che riguarda cibo e alimentazione. L'obiettivo comune è incrementare il flusso turistico in Emilia-Romagna e in tutta Italia». A supporto di queste stime per Fico ci sono i dati, costantemente in crescita, dell'aeroporto Marconi di Bologna che a fine settembre aveva registrato un flusso di 6,3 milioni di passeggeri (+6,7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno). «Negli ultimi tre anni abbiamo presentato il progetto Fico in 50 Paesi in tutto il mondo», aggiunge Primori. «Negli ultimi sei mesi 500 tour operator, l'80% dei quali stranieri, hanno visitato il cantiere. A tutt'oggi abbiamo già prenotazioni per visite di delegazioni estere nelle sei filiere produttive interne al parco. Richieste provenienti da player della gdo internazionale e della gestione di centri commerciali provenienti dagli Usa, dal Nord Europa e da Dubai». Una sfida complessa che, se funzionerà, potrà essere replicata altrove. Sul modello di Eataly. (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su www.milanoфинanza.it/fico

