

Più estero per Veronafiere, Vinitaly sbarca a Chicago

Il nuovo piano industriale punta a 151,8 milioni di euro di ricavi in tre anni (+40%) L'ad Danese: estero, servizi, capitale umano, sostenibilità e dati le leve per lo sviluppo

Giovanna Mancini

Sviluppo internazionale, crescita sostenibile del business nazionale, rafforzamento dell'offerta di servizi e allestimenti, utilizzo dei dati.

Il nuovo piano industriale presentato da Veronafiere per il 2024-2026 poggia su queste quattro leve e segna l'avvio di una nuova pagina di investimenti e crescita per il gruppo, dopo la parentesi difficile della pandemia.

«Abbiamo chiuso un 2023 molto positivo, ma con questo piano giochiamo la vera sfida per lo sviluppo», spiega l'amministratore delegato del gruppo, Maurizio Danese.

Gli obiettivi a tre anni sono «ambiziosi ma raggiungibili», aggiunge: cinque nuove rassegne tra Italia ed estero che apriranno a nuovi settori industriali.

La crescita dei ricavi è prevista nell'ordine del 40% rispetto al 2023, a 151,8 milioni di euro con aumento del 6% del margine operativo lordo (dal 41 al 47%) e di oltre 10 punti dell'Ebitda (dal 16,4% al 26,8%), sempre rispetto al 2023.

Obiettivi che saranno raggiunti attraverso le quattro leve citate, oltre al consolidamento delle manifestazioni in calendario e a 30 milioni di euro di investimenti in infrastrutture e tecnologie.

Investimenti che comprendono anche l'installazione, entro fine anno, di un parco fotovoltaico con una potenza di 1,1 MW picco che farà risparmiare quasi 300mila euro l'anno sulla bolletta elettrica e rafforzerà il percorso di sostenibilità intrapreso già da diversi anni da Veronafiere.

Primo operatore fieristico in Italia a dotarsi di un bilancio sostenibile, il gruppo punta a ottenere, entro l'autunno, la certificazione ISO 14001, cui si aggiungerà la certificazione sulla parità di genere UNI PDR125 del 2022.

Le tematiche ESG, spiega Danese, sono del resto al centro del modello di business che guiderà lo sviluppo del gruppo nei prossimi anni.

Che si fonda anche su razionalizzazione ed efficientamento organizzativo, al fine di semplificare l'assetto societario e «valorizzare sotto un'unica regia tutte le società del gruppo, dagli allestimenti ai servizi, alle controllate che operano all'estero».

Per questo il nuovo piano industriale è stato chiamato One Veronafiere: «Già nel nome comunica il nostro intento di riunire e mettere a sistema tutti gli asset industriali del gruppo - conferma il presidente Federico Bricolo - per rafforzare il nostro ruolo di promozione del sistema Paese nel mercato globale, mantenendo nel territorio in cui operiamo il nostro punto di forza».

Proprio la crescita sui mercati globali è una delle leve di sviluppo su cui poggia il piano: «Vogliamo aumentare la nostra quota di fatturato generata all'estero - spiega Danese - in linea con le direttrici di sviluppo che interessano l'intero settore fieristico italiano.

Punteremo in maniera decisa sugli Stati Uniti, dando vita a una nuova fiera dedicata al vino, un settore in cui nessun operatore internazionale è riuscito finora a imporsi su quel mercato».

Dopo un evento "test" organizzato lo scorso anno a Chicago, proprio in questa città

debutterà il prossimo autunno (la data è in corso di definizione) Vinitaly Usa, in collaborazione con un partner locale.

Per quanto riguarda l'Asia, il gruppo punta a rafforzare la fiera già esistente a Shenzhen e organizzare eventi, ad esempio in Giappone e Corea.

«Il percorso iniziato con Vinitaly rappresenta il punto di partenza - dice ancora Danese - cui si aggiunge l'esperienza avviata anche con Marmomac.

Nei prossimi anni riteniamo di poter estendere tale percorso anche ad altre nostre manifestazioni di punta, come Fieracavalli, Fieragricola e Progetto Fuoco».

Internazionalizzazione significa però anche rendere sempre più attrattive per gli operatori

esteri le rassegne in Italia: un impegno che prende forma anche nei numerosi roadshow promozionali in giro per il mondo, come quello che da domani al 7 marzo toccherà New York e Houston, negli Usa.

Sul fronte dei servizi, oltre alla già citata razionalizzazione delle società controllate, Veronafiere intende investire soprattutto nel settore degli allestimenti, rafforzando l'offerta di soluzioni preallestite, in modo da offrire un pacchetto completo ai propri clienti.

Infine, il tema dei dati: «Raccogliamo e gestiamo milioni di dati, ma ci sono ampi margini di miglioramento sul loro utilizzo - osserva Danese -.

Dobbiamo strutturarli e valorizzarli, affinché siano di supporto al business e all'azienda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.