

EMILIA-ROMAGNA/2 FOCUS SU FOOD E CAMPER

## Parma investe 30 milioni per acquisizioni e nuovi eventi in Italia e all'estero

Natascia Ronchetti

Acquisizioni, nuove manifestazioni, consolidamento della leadership nel food con Cibus, Tuttofood a Milano e Cibus Tec (tecnologie per l'industria alimentare). Poi joint venture per rafforzare il Salone del Camper. Con il nuovo piano industriale 2025-2029 Fiere di Parma mette sul tavolo 30 milioni di euro per svilupparsi sia sul mercato nazionale che su quello internazionale. A Londra trasferisce l'European Pizza Show – organizzato da Bellavita Expo, Cibus e Tuttofood – nel prestigioso ExCel, uno dei più importanti centri fieristici e congressuali del Regno Unito, per espandersi dopo una edizione 2024 che ha totalizzato quasi diecimila visitatori. E prepara un 2025 da record per Tuttofood (dal 5 all'8 maggio) per fare del salone il punto di riferimento del settore agroalimentare nel Sud Europa, con una crescita degli espositori stranieri, arrivati a rappresentare il 20% del totale, e oltre 3 mila top buyer internazionali.

«La manifestazione è il primo atto della triangolazione Parma-Colonia-Milano, frutto dell'apertura di capitale nel capoluogo lombardo e dell'accordo con la tedesca Koelnmesse», dice l'amministratore delegato Antonio Cellie. Un evento al quale si aggiungerà TuttoFoodWeek rassegna itinerante, sempre a Milano, di mostre, degustazioni, convegni. Obiettivo: fare delle tre città una piattaforma europea anche per un consumo consapevole e sostenibile a livello globale. La partnership con Fiere di Colonia ha già infatti portato Cibus Tec e i due saloni gemelli che si tengono in Germania, Anuga Foodtec e Prosweet Cologne ad una posizione di primo piano. «CibusTec, che negli ultimi 10 anni ha raddoppiato la superficie espositiva, nel 2026 genererà non solo oltre 10 milioni di ricavi ma quasi 70 di indotto per la città», prosegue Cellie.

Per il piano di crescita Fiere di Parma non ricorre a indebitamento. La società emiliana, con una posizione finanziaria netta positiva, viaggia stabilmente su un margine operativo lordo di 14 milioni e dispone di oltre 30 milioni di free cash. Sempre quest'anno, oltre a due joint venture con organizzatori nazionali nel settore bike&outdoor per lo sviluppo ulteriore di un'altra vetrina bandiera (il Salone del Camper), proseguirà la campagna acquisti proponendo ai soci l'ingresso nel capitale di Roma Bar Show, evento di punta in Italia per il mondo del beverage, dei cocktail bar e del bartending, destinato a integrare la proposta di Tuttofood. Tre invece i debutti. Prima di tutto con GreenItaly, dedicato al florovivaismo e al landscape design, in concomitanza con Mercanteinfiera. Poi con Labotec e

Carpparma. Labotec è l'unico salone in Italia per le attrezzature di laboratorio nell'ambito della chimica, appaiato alla seconda edizione di CibusTecForum. Con Carpparma la società invece entra nel mondo della pesca sportiva.

© RIPRODUZIONE RISERVATA