

Fiere, corsa ai ricavi legati agli allestimenti

Giovanna Mancini — a pag. 13

Fiere, da Milano a Bologna corsa ai ricavi da allestimenti

Sistema fieristico

Durante il Covid le società hanno diversificato le attività e puntato sui servizi

Nasce Erigo-Building Ideas A Bologna, la controllata Henoto verso i 100 milioni

Giovanna Mancini

Pochi settori sono stati prima colpiti e poi trasformati dalla pandemia come quello delle fiere. Tornate oggi ai livelli di presenza e fatturato del 2019 (ma non ancora agli stessi utili), le principali società fieristiche italiane raccolgono i frutti anche di investimenti e strategie avviati negli ultimi tre anni con l'obiettivo di diversificare e internazionalizzare il proprio business, ampliando e rafforzando l'offerta di servizi alle aziende, in particolare nell'ambito degli allestimenti.

Se è vero che i principali player fieristici hanno da molti anni, al proprio interno, divisioni o società specializzate dedicate a questo business, è altrettanto vero che negli ultimi mesi si è assistito a un'accelerazione degli investimenti, soprattutto per quanto riguarda i due gruppi più grandi in Italia, Fiera Milano e Bologna Fiere. La prima ha annunciato a fine maggio scorso la nascita di Erigo-Building Ideas, rete di collaborazione tra Nolostand (società di allestimenti controllata dal gruppo, con 40 anni di esperienza e una capacità di 10mila mq allestiti al giorno) e Allestimenti Benfenati, specializzata in soluzioni personalizzate di alta gamma sia nel

settore dell'allestimento fieristico, sia nell'ambito dell'architettura temporanea. «La collaborazione tra queste tre realtà era nata già nel 2019 – spiega Gianmaria Maccarini, amministratore delegato di Nolostand – ma il Covid ha purtroppo rallentato la sua operatività. Abbiamo ripreso in mano l'accordo a luglio 2021 e il 2022, con la vera ripartenza delle attività espositive, l'accordo è entrato a regime. Ora abbiamo deciso di dare un nuovo nome a questo accordo di rete, aprendolo anche a futuri partner che vorranno farne parte, e definendone meglio identità e missione». Erigo si propone infatti come realtà in grado di ingegnerizzare e costruire allestimenti personalizzati di alta fascia per eventi, fiere e grandi esposizioni in Italia e nel mondo. «Non solo in ambito fieristico, ma anche per eventi di altro genere, come sfilate e concerti», precisa Maccarini.

L'apertura ad attività non solo fieristiche è l'obiettivo principale anche di Bologna Fiere, che attraverso la controllata Henoto ha spinto molto sul mercato dei servizi. Lo testimoniano due operazioni realizzate tra fine 2022 e inizio 2023 allo scopo di ampliare e rafforzare le competenze della società, ovvero l'acquisizione del 51% di Tecnolegno (azienda di Corman con 60 anni di storia) a dicembre e del 54% della riminese Fontemaggi a gennaio. Lo confermano i numeri di Henoto, nata nel 2021 dalla fusione di due società già di proprietà del gruppo: BF Servizi (l'azienda che forniva i servizi per Bologna Fiere) e GiPlanet, azienda padovana di allestimenti, acquisita nel 2019. «Nel 2021 avevamo realizzato 31 milioni di fatturato – spiega il presidente di Henoto, Daniele Passini –. Lo scorso anno abbiamo chiuso a 67 milioni di euro e il nostro obiettivo è rag-

giungere i 100 milioni quest'anno». Contestualmente, i dipendenti sono passati da circa 150 a quasi 300, mentre il raggio di azione si è esteso dall'ambito fieristico (che attualmente rappresenta il 20-30% del fatturato complessivo) ad altri settori. «Abbiamo allestito alberghi, negozi per i grandi marchi del lusso, mostre, realizzato campi di padel e di tennis – aggiunge Passini – con l'obiettivo soprattutto di trattenere i nostri dipendenti e dunque le loro professionalità e competenze in un periodo in cui le fiere erano chiuse, per essere preparati alla ripartenza, arrivata dal marzo 2022».

Il tema della formazione del personale è centrale, precisa Passini: «Il mercato è ripartito ma i clienti chiedono sempre di più certezza su qualità, sicurezza e tempi». Chiedono anche, sempre più spesso, un "pacchetto completo" di servizi, per questo i grandi player fieristici stanno investendo molto sul settore degli allestimenti: «È un valore aggiunto che possiamo offrire come gruppo – conferma Gianmaria Maccarini –. Fiera Milano si presenta come un interlocutore che ha già al proprio interno una società per gli allestimenti e questo è un elemento di competitività, in particolare per attrarre a Milano gli eventi internazionali itineranti, su cui punta il piano industriale».

L'estero è l'altro elemento centrale: Per Nolostand – che nel 2022 ha realizzato circa 34 milioni di euro di ricavi tornando quasi ai livelli pre-pandemici (39 milioni) – la partnership con Benfenati che ha dato vita a Erigo è strategica anche in quest'ottica. Henoto ha già un elevato grado di internazionalizzazione, in linea con quello di Bologna Fiere. «Abbiamo 16 sedi nel mondo», precisa il presidente Passini. In futuro la società si pone

l'obiettivo di consolidare ulteriormente la propria presenza in Cina, negli Stati Uniti e in Messico e di affacciarsi, sul mercato saudita, con una sede a Riad.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Opportunità di crescita anche al di fuori del settore, dagli ospedali agli alberghi, dai negozi di lusso ai concerti

LA DIVERSIFICAZIONE

PIER-MARCO TACCA/GETTY IMAGES



Nuova frontiera. Le società di allestimenti fieristici guardano ad altri settori



Il grande ritorno del pubblico.

Uno stand dell'edizione di quest'anno del Salone del Mobile in Fiera Milano

