

Il big sull'asse Rimini-Vicenza. Fatturato ed Ebitda in crescita ma pesano la mancata quotazione, l'indebitamento e la coda polemica della fusione

Risultati operativi positivi nel 2018 per leg

Ilaria Vesentini



«La quotazione in Borsa resta tra gli obiettivi di quest'anno e i numeri del bilancio 2018 confermano l'ottima salute del gruppo». Si affidano a poche parole, messe nero su bianco, i vertici di leg, Italian Exhibition Group, per fissare qualche punto fermo nel turbinio di polemiche in cui la società nata nel 2016 dall'incorporazione di Fiera di Vicenza in Rimini Fiera è finita, dopo il ritiro del collocamento dal listino milanese lo scorso dicembre (per carenza di adesioni sul mercato degli investitori istituzionali), preceduto il mese prima dalle dimissioni anticipate del vicepresidente vicentino Matteo Marzotto e, prima ancora, dall'abolizione del ruolo di direttore generale (ricoperto fino a quel momento da Corrado Facco, sempre in quota Vicenza). Gli azionisti pubblici riminesi (che controllano il 65% di leg, Vicenza ha il 19%, il resto è di Regione Emilia-Romagna e soci privati) hanno fatto quadrato attorno al presidente Lorenzo Cagnoni (alla guida dell'expo riminese dal 1995) e all'ad Ugo Ravanelli, ma il clima resta teso.

A rasserenarlo in parte sono i dati del preconsuntivo 2018 che posizionano il gruppo - leader in Italia per manifestazioni dirette e di proprietà organizzate, nei cinque segmenti del foodservice, gioielleria, turismo, green economy e benessere - tra i vertici del settore espositivo nazionale sia per redditività sia per business com-

In aumento il tasso di internazionalizzazione, fin qui considerato troppo basso dagli analisti di Borsa

plexivo. Rispetto al 2017, le previsioni di chiusura sono di 155 milioni di fatturato, con un incremento del 18,3% e ancora più importante è l'aumento del margine operativo lordo, salito di quasi il 30%, con un valore di 30 milioni, che porta l'Ebitda sopra al 19% contro il 17,7% dell'anno precedente, riferiscono dalla società. Pesa l'indebitamento, però, dovuto agli investimenti. Ed è per ora in stand-by l'offerta di acquisto di Arezzo Fiere.

Il 2019 si è aperto con gli eventi simbolo per i due quartieri espositivi: Vicenza Oro e Sigep (gelateria). Se in termini di visitatori i numeri assoluti non sono da brindisi (sono leggermente sotto all'anno precedente: 35mila a Vicenza contro i 36mila della precedente edizione e 200mila a Rimini a fronte degli oltre 209mila di gennaio 2018) è la crescita degli arrivi dall'estero che rasserena, in una piattaforma fieristica, quella riminese, che sconta ancora un gap in termini di internazionalizzazione, considerato dagli analisti di Borsa uno dei fattori che ha contribuito al fallimento della quotazione. Più del 60% degli operatori che hanno partecipato alla sei giorni della gioielleria vicentina proveniva da Paesi stranieri, con un forte incremento di arrivi (+12%) dall'area tedesca e britannica e una ripresa sia del Medio Oriente sia della Russia. Così come sono cresciuti del 2% i buyer esteri al Salone internazionale delle gelaterie, quasi 33mila persone da 185 Paesi.

È però all'Asia che leg guarda oggi con più interesse, come conferma la recente visita a Rimini di una delegazione del Guangzhou (l'ex Canton,

terza città cinese per dimensioni e capitale di una provincia, il Guangdong, che da sola conta il doppio della popolazione italiana), accompagnati dal presidente della confederazione mondiale della gioielleria Cijbo, Gaetano Cavalieri, in visita a istituzioni e imprenditori per sviluppare business con le filiere orafe italiane. Lo scorso autunno era stata la volta del sistema della green economy: la firma dell'accordo con Chengdu ZhongLian Exhibition, società cinese organizzatrice del Chengdu Environmental protection expo, ha aperto le porte al team romagnolo-veneto che, in virtù del know-how di Ecomondo, organizzerà saloni fieristici nel segmento delle tecnologie verdi e della protezione ambientale in Cina, in particolare nell'area occidentale. Un'alleanza che ha alle spalle la joint venture siglata nel febbraio 2018 - e battezzata Eagle - con Vnu Exhibition Asia, con cui leg è entrata anche nel business turistico in Cina, organizzando la Shanghai World travel fair in primavera e il Travel trade market in autunno, a Chengdu.

Sul mercato americano è del marzo scorso l'acquisizione della maggioranza della società di allestimenti FB International, che ha dato vita alla newco leg Usa, con due basi strategiche oltreoceano - Oakland, in New Jersey, in grado di coprire tutta la costa Est e Las Vegas per la costa Ovest - da cui decollare per sviluppare nuove iniziative di business, anche assieme ad altri poli fieristici italiani. E il percorso di M&A non si fermerà qui, assicura la società.

© RIPRODUZIONE RISERVATA