

Fiere, la leg punta sui mercati dell'Asia

SERVIZI ESPOSITIVI

Il giro d'affari delle fiere di Rimini e Vicenza sfiora i 160 milioni

Ilaria Vesentini

«Chiudiamo il 2018 con risultati superiori al budget sia per merito delle ottime performance delle nostre principali manifestazioni sia perché stanno andando meglio del previsto le società di allestimenti acquisite. Anche a perimetro costante siamo comunque ben oltre il consuntivo degli ultimi due anni». Così Ugo Ravanelli, ad di leg-Italia Exhibition Group, commenta il bilancio approvato ieri dal Cda della società nata tre anni fa dall'incorporazione di Fiera di Vicenza in Rimini Fiera: il fatturato consolidato al 31 dicembre 2018 è di 159,7 milioni di euro (+22,2% sui 130,7 milioni del 2017), il margine operativo lordo (Ebitda) sale del 32,6% a 30,8 milioni e l'utile netto del gruppo sfiora gli 11 milioni (10,8 milioni per l'esattezza con un balzo del 17,9% sull'anno precedente).

Non preoccupa l'appesantirsi dell'indebitamento, con una posizione finanziaria netta passata dai 51,3 milioni del 2017 a 68,9 milioni: la cifra, spiega l'ad, sconta non tanto lo shopping dello scorso anno (a marzo è entrata in leg la società americana di allestimenti fieristici Fb International e il 1° settembre le italiane Prostand e Colorcom, sempre nel ramo allestimenti) quanto i 15,2 milioni di accantonamento prudenziale legato alle put option sulle acquisizioni. «Senza le put option la Pfn sarebbe rimasta invariata e questo significa che abbiamo ripagato gli investimenti con il cash flow operativo. E il rapporto Pfn su Ebita è fermo a 2,2, un indice di assoluta tranquillità, stabile sui valori dello scorso anno», precisa Ravanelli. Il patrimonio netto consolidato al 31

dicembre 2018 è pari a 114,6 milioni di euro (106,1 mln di euro nel 2017).

Il progetto della quotazione, fallito lo scorso dicembre, resta in auge per i prossimi mesi, «mesi in cui ci concentreremo sul consolidamento delle acquisizioni fatte e il rafforzamento di alcune manifestazioni, anche all'estero», anticipa il manager che preannuncia un 2019 positivo, seppur non con i tassi di crescita del consuntivo appena approvato, sulla scia di un ottimo primo trimestre: i saloni Sigep e Beer Attraction hanno aumentato molto le marginalità.

leg si conferma leader in Italia per manifestazioni dirette e di proprietà organizzate (53 tra Rimini e Vicenza nel 2018, oltre al congressuale) nei segmenti del foodservice, gioielleria, turismo, green economy

+22%

I ricavi

Il 2018 si chiude con un fatturato di 159,7 milioni

e benessere. E questo core business rappresenta il 62% del consolidato (in crescita del 12% sul 2017), a fronte di una stabilità del segmento congressuale (181 eventi nel 2018) e l'exploit di servizi e allestimenti in virtù della strategia di M&A, con grandi potenzialità di sviluppo sul versante statunitense. Mentre sul versante orientale leg scommette nel suo know-how su green economy e turismo per spalancare le porte del mercato fieristico cinese alle imprese italiane: ha aperto ieri a Sichuan (nel sud-ovest della Cina) il Chengdu Environmental Protection Expo, il salone sulle tecnologie verdi co-organizzato attraverso la società veicolo Eagle-Europe Asia Global Link Exhibitions, creata lo scorso anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA