

Svolta per Rimini Fiera: addio debiti. Arriva anche il dividendo

di DOMENICO CHIERICOZZI



Il succo del business plan triennale 2014-2016 del Gruppo Rimini Fiera potrebbe essere più o meno questo: giro di boa. Gli scenari previsionali sono stati elaborati dallo Studio Boldini di Rimini a partire dal quadro di riferimento in cui opera l'azienda. L'asso nella manica dei manager è fare leva proprio su un punto di debolezza del sistema fieristico italiano: la scarsa presenza sui mercati esteri.

C'è da scommeterci su. Se Rimini Fiera ci riesce, è fatta. E i numeri presentati stamane in via prudenziale, nel 2016, potrebbero essere ancor più interessanti. Vediamoli. La previsione di ricavi del Gruppo per il 2014 è pari a 67.990.593 euro; punta a 76.544.056 nel 2015 e a 85.757.363 euro nel 2016.

In termini di redditività, che poi è il dato più importante, il Gruppo conta di avere un Mol (Margine operativo lordo) di 11.563.013 euro alla fine di quest'anno, nel 2015 di 12.987.913 e nel 2016 a 17.569.955 euro. Obiettivi che il gruppo intende raggiungere "attraverso linee di consolidamento e sviluppo sinergiche".

"Il consolidamento – ha spiegato il presidente di Rimini Fiera, Lorenzo Cagnoni (foto) – sarà perseguito tramite la crescita importante delle manifestazioni leader in portafoglio (Sigep, Ecomondo, Ttg, RiminiWellness, Enada, Tecnargilla, ndr), implementando e mixando attività di ricerca e sviluppo e internazionalizzazione in forma massiccia e strutturata, quest'ultima molto ampia e riguardante, con specificità per ogni singola manifestazione, Europa Continentale, Paesi dell'Est, Nord Africa e Brics". Per quanto riguarda le attività oltre confine, nella relazione dello Studio Boldrini si legge che "l'espansione dell'attività all'estero è una delle direttrici di sviluppo del Gruppo, sia per quanto riguarda la possibilità di esportare all'estero manifestazioni storiche, sia per quanto riguarda l'opportunità di organizzare e gestire manifestazioni presso quartieri fieristici all'estero".

Situazione debiti. Tornando ai numeri, ce ne sono altri che, secondo Cagnoni, metteranno una pietra sopra alle tante 'dicerie' sui conti del gruppo. Eccoli. "A fine 2013 – annuncia con orgoglio Cagnoni – a fronte di un investimento di 300 milioni di euro per la costruzione del quartiere fieristico inaugurato nel 2001, avevamo una posizione finanziaria netta negativa per 14,8 milioni di euro. Nel 2016 il debito sarà azzerato e avremo una posizione finanziaria netta positiva per 4,7 milioni. Un contesto che ci permetterà di dare il via alla distribuzione dei dividendi, a partire dal 2017, con 3 milioni di euro".

Uno **sguardo agli utili**, tutti i dati dopo il pagamento di imposte e tasse. "Lo specifico – dice Cagnoni – perchè diversi

quartieri pubblicano i dati dell'utile lordo". Ecco i dati previsionali. Nel 2014 si chiude in nero a 2,4 milioni di euro, nel 2015 a 3,5 e nel 2016 c'è una sorta di salto in lungo: 8,7 milioni di euro. Quanto alle manifestazioni arriveranno anche **nuovi prodotti**. "Lo sviluppo troverà impulso dal lancio di nuove manifestazioni per gemmazione dai prodotti storici". Si parte così già da quest'anno con con White Evolution sull'efficienza energetica e nel 2015 arriva Beer Attraction sul mondo birrario artigianale.

Il potenziamento e la diversificazione del business delle società controllate porterà significative evoluzioni nel campo degli allestimenti e della ristorazione. "Con l'integrazione in Rimini Fiera Spa di TTG Italia e Convention Bureau della Riviera di Rimini si avrà – spiega una nota – un effetto positivo in termini di contenimento dei costi, efficienza dei processi organizzativi, maggiore velocità di adesione alle richieste del mercato e dei clienti".

"Sono dati sfidanti – **ha aggiunto Cagnoni** – ma studiati strategicamente dal nostro management che si distingue per competenza e presenza sui mercati. Dati che, per redditività, non hanno confronti in campo fieristico in Italia; richiederanno uno straordinario impegno del Gruppo ma sono propriamente contestualizzati nel nuovo scenario economico. Questo piano industriale rappresenta uno strumento forte per il nostro Gruppo, mostra risorse per lo sviluppo dei programmi di alleanze nazionali ed internazionali con ricadute preziose per l'intero territorio".

Sulle alleanze Cagnoni non ha dubbi. "Con Bologna siamo anche disposti a discutere, ma seriamente. Ci vogliono idee giuste". Altrimenti, ha fatto intendere, ce ne stiamo da soli puntando oltre confine. Cosa buona e giusta.

