

Il caso. Da decenni la società veneta stipula partnership per portare le aziende all'estero

Verona cosmopolita punta sull'Africa

92,2 milioni

Il giro d'affari
Raggiunto complessivamente
dal gruppo **Veronafiere**



Katy Mandurino

VERONA

■ Dal 7 all'11 settembre Cape Town, capitale del Sudafrica, diventerà il centro mondiale dell'olio d'oliva grazie alla seconda edizione - la prima è stata a Santiago del Cile - di "Sol d'Oro Emisfero Sud", l'esposizione competitiva itinerante pensata e organizzata da **Veronafiere**. Per cinque giorni i partecipanti si sfideranno a colpi di olio biologico o extravergine e il vincitore sarà tra i protagonisti, assieme a più di 64 mila operatori, di Sol&Amp;Agrifood 2016, a Verona dal 10 al 13 aprile.

Sol d'Oro Emisfero Sud è solo una delle tante iniziative che **Veronafiere** attua nell'ottica dell'internazionalizzazione delle produzioni italiane. Primo organizzatore diretto per numero di manifestazioni in Italia, oramai da qualche decennio **Veronafiere** è tra gli enti italiani più dinamici nell'organizzare esposizioni all'estero a supporto delle filiere produttive. Negli anni la specializzazione si è focalizzata sui settori del marmo e macchine per la lavorazione lapidea, macchine agricole, meccanica e attrezzature per il movimento terra, ma anche vino e viticoltura, olio, appunto, e molto altro. L'attività *export-oriented* non è solo la conseguenza di una forte vocazione alle esportazioni delle aziende clienti, ma è anche frutto di una lungimiranza propria, che ha portato la società a stringere partnership solide o a costituire società ex novo fungendo da perfetto volano per le aziende del made in Italy, non sufficientemente forti da internazionalizzarsi da sole.

Prendiamo il marmo, ad esem-

pio. Solo qualche settimana fa a Expo Milano si è riunito il Business council italo-egiziano. Nel board siede di diritto il direttore di **Veronafiere** **Giovanni Mantovani**, poiché la fiera organizza a Il Cairo l'edizione di **Marmomacc + Samotex** Africa & Middle East, il salone della pietra naturale e delle macchine da cantiere, che ha già in programma business meeting con 250 buyers da oltre 40 paesi, dei quali più di 20 africani. **Marmomacc**, manifestazione mondiale di riferimento per l'industria marmo-lapidea è il più vitale e il più internazionale dei saloni organizzati dall'ente scaligero. Non espatria solo in Africa, ma da 39 anni è presente in Brasile, dove organizza la rassegna per l'America Latina con una società controllata al 60% da **Veronafiere** attraverso **Veronafiere do Brasil**. L'anno scorso il presidio del marmo si è espanso negli Usa: TISE StoneExpo/**Marmomacc Americas** ha raddoppiato le date andando ad aggiungere all'appuntamento di fine gennaio a Las Vegas, l'evento di Miami ad ottobre. Mentre prosegue la collaborazione con Confindustria Marmomacchine per l'organizzazione a Riyadh di Saudi Stone Tech.

Non di solo marmo è fatta l'internazionalizzazione di **Veronafiere**. C'è la meccanica agricola - **Veronafiere** organizza in Marocco Fieragricola-Mediterraneo Agro - e soprattutto il vino. Il mondo del vino da sempre ha la sua vetrina mondiale in **Vinitaly**. Se quest'anno è l'anno di Expo e del raffinato padiglione "A taste of Italy", le iniziative rivolte verso l'estero non hanno subito rallentamenti: nel 2014, tra le manifestazioni organizzate all'estero, ci sono state anche le tre tappe di **Vinitaly International Academy** svolte in Cina. Mentre lo scorso gennaio è stata la prima volta in Canada.

Intanto, l'ente scaligero ha chiuso il bilancio 2014 con ricavi per 75,2 milioni di euro, in aumento dell'8,5% rispetto ai 69,3 milioni del 2013. Il giro d'affari complessivo del gruppo **Veronafiere** ha raggiunto i 92,2 milioni, con un indotto superiore a 1 miliardo. Nel 2014 sono state gestite direttamente e coordinate 40 manifestazioni in Italia e 20 all'estero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

