



BolognaFiere festeggia 20 anni di presenza strategica in Cina

Descrizione

(Adnkronos) 4 dic. (Adnkronos)

In concomitanza con la China Shanghai International Children's Book Fair, BolognaFiere commemora il ventesimo anniversario della propria operatività in Cina. Questo traguardo si sottolinea in una nota che rappresenta una testimonianza tangibile della solidità di una strategia di lungo termine e della capacità del Gruppo di anticipare le dinamiche evolutive del mercato fieristico globale. L'istituzione della prima sede a Shanghai nel 2005 ha posizionato BolognaFiere tra le prime realtà fieristiche europee a implementare un investimento diretto e una struttura operativa permanente nel Paese. Da tale data, la società ha consolidato un network di relazioni e competenze, impiegando attualmente oltre 80 professionisti nell'organizzazione fieristica e negli allestimenti, e gestendo un portafoglio di eventi che si estende a Hong Kong, Shanghai, Shenzhen e Guangzhou, coprendo settori quali la cosmetica, l'editoria per ragazzi, la private label e la pet industry. (VIDEO)

Quando BolognaFiere è entrata per la prima volta in Cina nel 2005, siamo stati tra i primi organizzatori fieristici europei a stabilire una presenza permanente nel Paese. All'epoca, il nostro obiettivo era semplice ma coraggioso: non solo portare l'eccellenza italiana sul mercato cinese, ma costruire fiere e piattaforme di business all'interno dell'ecosistema cinese, insieme alle istituzioni locali, ai partner industriali e alle industrie globali. ha dichiarato Gianpiero Calzolari, Presidente del Gruppo BolognaFiere. La sfida successiva è stata ampliare questo hub asiatico per connettersi più direttamente con il Sud-Est asiatico e mercati come Thailandia (Cosmoprof CBE Asean, Bangkok) e Indonesia (Cosmobeauty©, BSD City), dove la domanda di fiere specializzate stava crescendo rapidamente.

Nel corso del tempo, il portafoglio di BolognaFiere si è significativamente ampliato attraverso la stipula di solide partnership strategiche. Tra queste si annoverano la collaborazione con Informa per il network Cosmoprof Asia e la recente alleanza con United Exhibition per l'organizzazione di eventi dedicati al settore vitivinicolo in mercati emergenti quali il Vietnam. A Hong Kong, in sinergia con il partner e azionista INFORMA Markets, si è recentemente conclusa con successo la 28ª edizione di Cosmoprof Asia. L'evento ha registrato la partecipazione di oltre 2.600 espositori provenienti da 46 Paesi e regioni, segnando un incremento del 4% rispetto all'edizione precedente, e ha presentato

prodotti e tecnologie su una superficie netta espositiva di oltre 60.000 metri quadrati, generando un fatturato superiore ai 30 milioni di euro.

Antonio Bruzzone, Amministratore Delegato di BolognaFiere Group, ha evidenziato come â??ventâ??anni fa abbiamo creduto nel potenziale della Cina e nella necessit  di essere presenti direttamente in un mercato che stava cambiando le regole del commercio mondiale. Oggi possiamo dire che quella scelta   stata decisiva: BolognaFiere   diventata un player globale, capace di connettere culture, economie e filiere produttive. La nostra missione   continuare a costruire ponti tra Europa e Asia, con visione, competenza e presenza sul territorio •.

Il ventesimo anniversario di BolognaFiere China non costituisce una mera ricorrenza, bens  un punto di svolta strategico. Tra le tappe salienti di questo percorso si annovera lâ??istituzione della societ  di allestimenti Henoto China, che ha consentito lâ??offerta di servizi integrati di design, costruzione e logistica non solo per gli eventi del Gruppo, ma anche lâ??espansione in India, dove BolognaFiere ha inaugurato una nuova sede con lâ??obiettivo di replicare il modello di successo sviluppato in Cina. â??La nostra visione   chiara: non operiamo in Cina o in India semplicemente per accompagnare lâ??internazionalizzazione delle imprese italiane â?? ha proseguito Bruzzone â?? Operiamo dalla Cina e dallâ??India come parte di una rete fieristica globale, capace di generare nuovi mercati, nuove community e nuove filiere •.

Tale approccio si   dimostrato particolarmente efficace in contesti caratterizzati da incertezza geopolitica. Invece di replicare un format europeo in Asia, BolognaFiere promuove lo sviluppo di ecosistemi local-to-local â?? China-for-China, India-for-India â?? attraverso la creazione di manifestazioni profondamente integrate con la struttura industriale e le priorit  di policy di ciascun Paese. Parallelamente, BolognaFiere continua a svolgere un ruolo di ponte fondamentale. La presenza in Asia rafforza la visibilit  delle industrie del Made in Italy, promuove la cooperazione con le istituzioni asiatiche e instaura un rapporto di fiducia duraturo tra espositori e buyer. Il modello fieristico europeo, che coniuga business, cultura e innovazione, pu  prosperare in Asia a condizione che venga adattato con rispetto e spirito di partenariato.

In un panorama di mercati sempre pi  frammentati, il settore fieristico si conferma quale uno dei pochi ambiti in cui il dialogo e la fiducia si edificano attraverso la relazione umana.   con questo spirito che BolognaFiere prosegue il proprio investimento in Asia, guidata da visione, umilt  e un profondo senso di missione condivisa.

   

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Dicembre 4, 2025

Autore
redazione

default watermark