



**Investimenti.** Struttura per bambini nel 2019, albergo nel 2020

# Fico Eataly spinge la crescita con un parco giochi e un hotel

**Nataschia Ronchetti**

**M**entre procede verso il traguardo dei sei milioni di visitatori all'anno – ne ha totalizzati quattro in diciotto mesi, a partire dall'inaugurazione avvenuta nel novembre del 2017 – Fico Eataly World si prepara a dotarsi di un grande parco giochi e di un albergo a 4 stelle che sarà gestito da Starhotels. Un doppio investimento per completare l'offerta del più grande parco agroalimentare del mondo, nato alle porte di Bologna dall'alleanza tra Oscar Farinetti, patron di Eataly, e Coop Alleanza 3.0, che hanno sviluppato una idea dell'economista bolognese Andrea Segre, presidente del Caab, il centro agroalimentare di Bologna.

Il parco giochi porta la firma del gruppo vicentino Zamperla, colosso mondiale delle giostre, e aprirà entro la fine dell'anno. Pensato per i bambini da 4 a 12 anni su un'area di 6mila metri quadrati, sarà gestito dalla stessa azienda veneta, che ha investito nella struttura 10 milioni: altri due arrivano dal fondo Pai, costituito nel 2014 dalla società di ge-

stione del risparmio Prelios Sgr (i 27 investitori sono in prevalenza casse di previdenza) per la creazione di Fico.

Il fondo è anche il motore finanziario dell'hotel in corso di realizzazione. Un'operazione da 23 milioni di euro, con un bando di gara che si è concluso con l'assegnazione della gestione a Starhotels. L'apertura della struttura ricettiva,

che dispone di 200 camere, è prevista nella seconda metà del 2020. Obiettivo: intercettare nuove quote del mercato turistico e congressistico internazionale.

Già oggi i visitatori stranieri del parco, che ha raggiunto un fatturato di 70 milioni, costituiscono il 20% del totale. «Adesso, con un investimento sulla comunicazione che assorbe 4 milioni di euro all'anno, operiamo su tre fronti», dice l'amministratore delegato di Fico, Tiziana Primori. «Vogliamo radicarci in Italia – prosegue Primori –, mentre all'estero puntiamo a rafforzarci in Europa e a espanderci negli Stati Uniti e in Cina. Vogliamo anche consolidare l'anima educativa del parco, accogliendo un maggior numero

di scolaresche, per diffondere tra i ragazzi la conoscenza della filiera del food italiano, con proposte didattiche che fino ad ora hanno richiamato 100mila studenti, il 10% dei quali stranieri».

Il parco affianca punti di ristoro (45) a botteghe, mercati e mini allevamenti, 40 mini fabbriche dove è possibile osservare le varie fasi di produzione di alcune delle eccellenze alimentari del made in Italy. E promuove eventi e congressi per raccontare storia, tradizioni e innovazione del food, dai campi alla tavola. Una formula che si è già fatta spazio oltreconfine, soprattutto in Francia, Germania, Olanda, Regno Unito, Belgio e Spagna. E che per Bologna costituisce un potente motore turistico, come dimostra una ricerca di Nomisma. Il 18% dei turisti che fi-



► 25 giugno 2019

no ad ora hanno visitato Fico ha pernottato per una o più notti nel capoluogo emiliano mentre per il 74% dei visitatori è stato proprio il parco la molla che lo ha spinto a fare una tappa in città. Tanto che, complessivamente, il parco in diciotto mesi ha generato un indotto di 45 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**A Bologna.** Il parco agroalimentare Fico Eataly World è stato inaugurato nel 2017. Quattro milioni i visitatori in 18 mesi