



FRANCOFORTE. PROSSIMA EDIZIONE DAL 10 AL 14 FEBBRAIO 2012

Ad Ambiente visitatori in aumento del 10%

4383 espositori da 86 paesi hanno presentato prodotti nei settori della tavola, cucina, arredamento e articoli regalo

di **Corrado Scattolin**

Ambiente, la più grande fiera del mondo dedicata ai beni di consumo, ha chiuso i battenti il 15 febbraio segnando un aumento del 10% nel numero di visitatori professionali: oltre 144.000 rispetto ai 132.096 del 2010.

Ambiente mostra ancora una volta segni di crescita costante, mentre altre fiere dello stesso settore, un tempo anch'esse importanti e di successo, vedono diminuire costantemente il numero dei visitatori e registrano un numero crescente di espositori delusi.

Una fiera "a colori"

Qual è dunque il segreto del successo di Ambiente? Oltre a una gestione competente dietro le quinte, ciò che il visitatore comune può osservare camminando per i padiglioni è che Ambiente è "a colori", mentre altre fiere analoghe sembrano essere rimaste in bianco e nero. Letteralmente, Ambiente era un'esplosione di colori, materiali, tendenze raramente riuniti tutti sotto lo stesso tetto.

Inoltre, secondo Detlef Braun, membro del consiglio direttivo della Messe Frankfurt GmbH, il cospicuo aumento nel numero dei visitatori si accompagnava a un alto grado di soddisfazione tra gli espositori, anche a indicare che la ripresa è già avviata sia in Germania che sul mercato mondiale.

Durante la fiera, dall'11 al 15 febbraio, 4383 espositori da 86 paesi hanno pre-

sentato una gamma internazionale di prodotti nei settori della tavola, cucina, arredamento e articoli da regalo. 77.500 visitatori provenivano dalla Germania, con un aumento dell'8%. Quasi un compratore su due proveniva dall'estero, per cui il livello di internazionalità è ora al 46%. Dopo la Germania, le principali nazioni di provenienza dei visitatori erano: Italia, Paesi Bassi, Francia, USA e Svizzera.

L'ottimismo degli espositori

Questa visione ottimistica per il futuro è condivisa anche dagli espositori: "La ripresa economica si può sentire anche oltre i confini della Germania. La paura è evaporata e la propensione ai consumi è aumentata in modo significativo" ha dichiarato Bernd D. Ehrengart, direttore generale della Lambert GmbH. "Il numero dei visitatori è stato il migliore da parecchi anni. Siamo molto soddisfatti dei nostri risultati, nettamente migliori rispetto allo scorso anno".

Thorsten Klapproth, presidente del Cda della WMF AG ha confermato: "Per noi Ambiente è la fiera più importante del mondo ed è importante che il settore partecipi e si incontri qui. Siamo inoltre molto contenti dell'aumentata attenzione sul piano politico. L'impressione è positiva e aperta al futuro, in linea con gli indici di propensione ai consumi. Gli operatori sono disponibili a lanciarsi in nuovi prodotti. In particolare gli operatori spe-

cializzati sono più determinati rispetto alle nuove tematiche, a condizione che siano ben presentate".

Una maggiore attenzione da parte della politica non è solo utile, ma a volte necessaria per assicurare successo alle fiere con ambizioni di internazionalità, in particolare a quelle, che a differenza della Ambiente, non hanno sempre goduto di una crescita costante.

La congiuntura economica positiva si riflette anche in un sondaggio rappresentativo tra visitatori ed espositori condotto dalla Messe Frankfurt durante la fiera. L'anno scorso i partecipanti mostravano cauto ottimismo verso gli sviluppi futuri. Quest'anno i risultati sono stati decisamente migliori, specialmente per i visitatori ed espositori tedeschi. Nel complesso, oltre l'80% dei partecipanti al sondaggio considera l'attuale situazione economica da soddisfacente a buona.



Le tendenze

Le parole-chiave per i trend ad Ambiente sembrano essere: grandi marche, qualità, autenticità, funzionalità e sostenibilità. In cucina si trovano note di colore negli accessori, i piccoli elettrodomestici e la coltelleria. I colori "in" sono: verde lime, prugna, viola, arancio e giallo.

Nel caso di prodotti in plastica si vedono anche tonalità trasparenti del blu, verde, lilla e i colori naturali come marrone, beige e cappuccino. In certi stand si trovano anche prodotti realizzati con materiali rinnovabili che soddisfano la domanda di prodotti eco-compatibili.

Ambiente 2012 si terrà a Francoforte dal 10 al 14 febbraio. ■