

rated and the propensity to consume has grown significantly”, said Bernd D. Ehrengart, General Manager of Lambert GmbH. “The number of visitors has been better than for many years. Our results are significantly up on last year’s.”

Thorsten Klapproth, Chairman of the Board of Management of WMF AG, confirmed this: “For us, Ambiente is the world’s most important fair and it is important that the sector attends and meets there. We are also very pleased about the increased attention being paid on a political plane. The mood is good and forward-looking, in line with the consumption climate index. The trade is willing to risk new products. In particular, the specialist trade is bolder in respect of new themes, providing they are well presented.”

An increased attention from the politicians is not only helpful, but sometimes necessary to ensure the success of exhibitions with international ambition, particularly when, unlike Ambiente, have not always enjoyed such a steady growth.

The positive economic situation is also reflected by a representative poll of exhibitors and visitors conducted by Messe Frankfurt during the fair. Last year, participants took a cautiously optimistic view of future developments. This year, the results are significantly better, especially for German exhibitors and visitors. Altogether, over 80% of all respondents consider the current economic situation to be satisfactory to good.

The trends

The keywords for trends at Ambiente seem to be: brands, quality, authenticity, functionality and sustainability. In the kitchen, colourful accents are to be found on accessories, small electrical appliances and knives. The ‘in’ colours are lime, berry, violet, orange and yellow.

Also to be seen in the case of plastic products are transparent shades, such as blue, green, lilac, and natural colours, such as brown, beige and cappuccino. Visitors could also find products made of renewable raw materials, which can be composted and thus meet the demand for ecological goods.

Ambiente 2012 will be held in Frankfurt from 10 to 14 February. ■



AZIENDE. UN RINNOVATO STAND ALLESTITO DA ARVED

GIMI ad Ambiente 2011: un risultato superiore alle aspettative

GIMI ha partecipato ad Ambiente 2011 con uno stand, allestito da Arved, completamente rinnovato per accogliere una quantità di prodotti maggiore che in passato. In esposizione sia la gamma GIMI che la gamma Framar (azienda piemontese acquisita a fine 2010), oltre alle molte novità tra stendibiancheria, assi da stiro e carrelli. Le grandi vetrine estese su 4 lati dello stand a isola di 220 m² creavano continuità visiva tra interno ed esterno, mentre la zona ristoro era schermata per una maggiore tranquillità e riservatezza degli ospiti.

“I risultati sono stati superiori alle aspettative per una fiera cui partecipiamo in grande” afferma Alessandro D’Alesio, marketing manager della

GIMI spa. “L’affluenza è stata continua, in tutti i giorni della manifestazione, obbligando tutti a un vero tour de force ricompensato da un ottimo livello di soddisfazione per la qualità e quantità delle relazioni commerciali.”

Rispetto dell’ambiente, qualità, innovazione, servizio, passione per il proprio lavoro e capacità di continuare a migliorare le proprie prestazioni sono da sempre le linee guida di GIMI. L’attenzione per l’ambiente e le persone è testimoniata dalla certificazione ambientale (ISO 14001) e da quella per la responsabilità sociale (SA 8000). Le materie prime utilizzate sono riciclabili al 100% e anche i materiali utilizzati marginalmente sono scelti tra quelli riciclabili.

