

Piab Italia a Dubai: positiva la prima partecipazione fieristica all'estero

Secondo l'amministratore Giuseppe Di Masi l'esperienza avrà qualche seguito, anche in Cina

La partecipazione alla seconda edizione della Fiera di Dubai è stata per noi una grande opportunità" dice Giuseppe Di Masi, amministratore della Piab Italia. "Alcune presenze su riviste di settore non ci sembravano sufficienti per presentare un prodotto tecnologico come il nostro ad un mercato così lontano. Anche la presentazione tramite gli uffici commerciali delle ambasciate è molto difficile perché non è immediato spiegare di che cosa si tratta quando si parla di prodotti tecnologici".

Il mercato arabo offre molte opportunità: non hanno problemi di denaro, comprano di tutto e in particolare hanno bisogno di tecnologia, perciò è possibile creare rapporti seri. Come in tutte le parti del mondo poi, la partecipazione alle fiere si conferma come lo strumento di penetrazione più adatto per le nostre piccole e medie imprese.

"Avevamo ricavato notizie sulla fiera da una rivista specializzata" prosegue Di Masi "e la decisione è stata infine agevolata da tariffe molto abbordabili. In confronto è costata di più la spedizione delle merci, per la quale ci siamo affidati con soddisfazione a Shenker, che ha curato anche le pratiche.

L'esperienza ci ha dato grande soddisfazione, al di là della difficoltà di capirsi, anche attraverso l'uso dell'inglese: la fiera di Dubai è stata per noi una vera scoperta, sia per le possibilità di allargare i nostri orizzonti, sia per il contatto con un mercato diverso dal nostro ma presso il quale gli italiani godono di buona reputazione, forse anche per un certo legame culturale tra i paesi latini e quelli arabi".

Piab ha scelto di presentare il prodotto sotto il profilo tecnologico piuttosto che come prodotto di consumo, quindi è stata

fatta una selezione di aziende distributrici che fossero dotate di uffici tecnici piuttosto che di aziende commerciali. "Privilegiando le aziende commerciali"



spiega Di Masi "ci sarebbero state forse più opportunità di vendita, ma meno serietà, perché la vendita del prodotto richiede conoscenze tecniche".

La casa madre (la Piab è una multinazionale svedese leader nel settore del vuoto) aveva avviato contatti sul mercato arabo che non avevano avuto un grande seguito.

Così è stato facile consentire all'imprenditore italiano di cercare nuovi contatti recandosi sul posto.



Giuseppe Di Masi

"Avevamo già ricevuto qualche segnale d'interesse da parte di quei mercati" racconta Di Masi. "Si è trattato in ogni caso della prima fiera estera alla quale la Piab Italia ha partecipato, e certamente l'esperienza avrà un seguito. Sono infatti in programma altre fiere all'estero. Il mercato estero costituisce un polo di attrazione notevole quindi bisogna saper aspettare il momento giusto per avvicinarlo e aspettare di essere all'altezza, ma è giusto spingersi all'estero non appena se ne ha la possibilità. Siamo animati da un discreto spirito d'impresa che ci spinge anche verso il mercato cinese, dove prevediamo di affacciarci quanto prima.

Naturalmente il mercato italiano rimane il nostro obiettivo principale. In Italia partecipiamo a due o tre fiere l'anno: su imballaggi, sollevamento, grafica e climatizzazione. Se si tratta di fiere internazionali partecipiamo direttamente come filiale nazionale, se invece sono fiere di carattere più limitato l'azienda è rappresentata dal proprio concessionario di zona".

G.P.

Itb 99: il settore turistico vola sempre più in alto

Anche quest'anno la Borsa internazionale del turismo, Itb Berlin, ha confermato la sua posizione leader a livello mondiale: con una superficie espositiva di 85.529 m² (+10% sul '98), comprendente un'area per le manifestazioni non commerciali di 2624 m²; 7434 espositori (+3,8%) provenienti da 189 paesi, 199 le ditte e organizzazioni rappresentate; 111.801 visitatori, fra cui 60.000 operatori turistici specializzati contro i 57.000 del '98. Il 45% degli espositori e il 17% dei visitatori specializzati hanno dichiarato di aver concluso affari in fiera, soprattutto in ambito di viaggi di vacanze e ricreativi (64% per gli espositori e 41% per gli operatori); gli espositori hanno concluso affari principalmente con operatori turistici tedeschi (76%) e di altri paesi dell'Ue (43%). Sono stati presenti 176 tra ministri, viceministri, segretari e ambasciatori, la stampa internazionale ha inviato all'Itb 6136 giornalisti accreditati, da 87 paesi.

Le manifestazioni collaterali sono state oltre 300 con un'adesione media di 30-40 persone, e picchi di 60-80 partecipanti. Tra le più seguite

ricordiamo il congresso dell'elettronica, dedicato alla diffusione dell'internet e il congresso Itb sull'euro, organizzato per la seconda volta. Il Youth Travel Centre ha rilevato il crescente interesse del settore turistico per il mercato dei viaggi per i giovani; per l'Itb 2000 è in definizione un vertice mondiale dei viaggi per i giovani organizzato dalla Fiyto (Federation of International Youth Travel Organisations) di Copenhagen con la Wto (World tourism organization) di Madrid. Il Wttc (World travel & tourism council) ha organizzato per la prima volta la sua assemblea generale nell'ambito dell'Itb.

Nel Centro Scientifico, università, politecnici e altri istituti hanno usufruito di un intero padiglione, e per la prima volta è stato aperto un forum di dialoghi all'interno del quale è stato assegnato il premio scientifico.

L'Itb Berlin 2000 dall'11 al 15 marzo 2000.

